中国软件网 SOFT6.COM | CSIA中国软件行业协会 China Software Industry Association | 海比研究院 HAP ACADEMY

2021年
中国数据资产化工具

市　场　研　究　报　告

海比研究院
研究总监　宋涛
2021.03

VISIT…

LANZAROTE Caliente.com

核心观点

行业概况

- **数据资产化**：数据要素的全流程整合过程称之为数据资产化，分为数据资产形成阶段和管理阶段。
- **行业发展周期**：数据资产化还处于成长期的初级阶段，市场仍需培育
- **业务价值链**：价值链主要有五大环节，数据采集、数据存储和数据处理是战略环节
- **核心技术**：数据挖掘分析处理、先进技术融合、数据源整合能力、数据安全是核心技术

市场规模

- **市场规模**：2020年中国市场规模达280亿元，未来五年复合增长率达41%，保持高速增长
- **细分市场**：数据存储113亿，决策应用54，以大中型企业需求为主，政府、金融行业是主市场
- **重点区域**：一二线城市占市场规模的八成以上，北京、上海、浙江、广东处于全国第一梯队
- **用户规模**：48万高需求用户，1.4万家数据资产化需求用户，实际客户开发率低，未来有34倍成长空间

竞争格局

- **行业格局**：互联网、金融和软件行业是数据资产化工具明星象限，餐饮、电信、媒体潜力高
- **厂商营收**：四成营收低于2000万，超五成利润低于1000万，五成客户数量在30家以内，六成客单价低于20万
- **竞争格局**：每百家同行业用户就有接近9家是业务重叠的竞争对手，整体竞争激烈程度较高。
- **满意度**：行业满意度水平不高，净推荐值21，主动推荐传播意愿较高，服务水平和产品匹配是推荐意愿关键要素

应用前景

- **需求情况**：91%用户有需求，31%高需求，运营和IT部门需求多，处理和存储类为主，55%用户数据资源超100TB
- **购买行为**：75%用户固定时段采购，3月和6月居多，年均采购数量4个，数据安全和产品适用性对购买决策影响大
- **支出规模**：支出多在10-100万之间，客单价则是5-30万居多
- **发展潜力**：用户规模未来五年可达7万家，市场规模增长5.5倍，互联网、金融、软件、医疗和制造是热点应用方向

海比研究院 HAP ACADEMY

目录

CONTENTS

01 行业概况



02 技术水平

03 市场规模

04 竞争格局

05 应用前景

海比研究院 HAP ACADEMY

1.1 数据要素发展历程：
大数据市场整体发展已进入融合阶段，未来以数据融合、智能决策和管理为主

图：中国数据要素应用发展历程



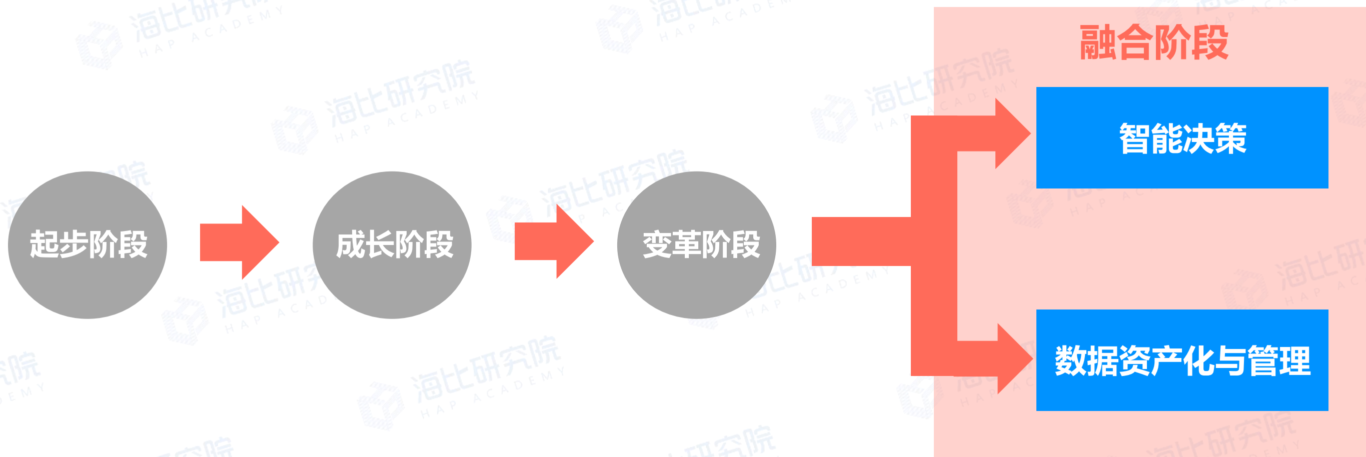
数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

1.2 数据资产化产生背景：在宏观数据要素战略背景下数据融合阶段存在两大路径，数据资产化与管理是其中路线之一

- 在数据融合阶段，数据要素的应用方向产生了两个分支，除了满足于日常运营和管理决策之外，又出现了将数据要素整合为资产包，并进行统一管理和销售变现的第二个重要方向。伴随着中国市场的数字化建设程度不断深入，越来越多的机构建立并积累了基于自身业务的数据源，很多机构在对这些数据整合之后除了辅助管理层决策和日常运营之外，也在尝试将这些数据转变为商品，实现收入目标，从而实现数据资产化的过程转变。

图：数据资产化成为数据要素发展第四阶段的两大路线之一

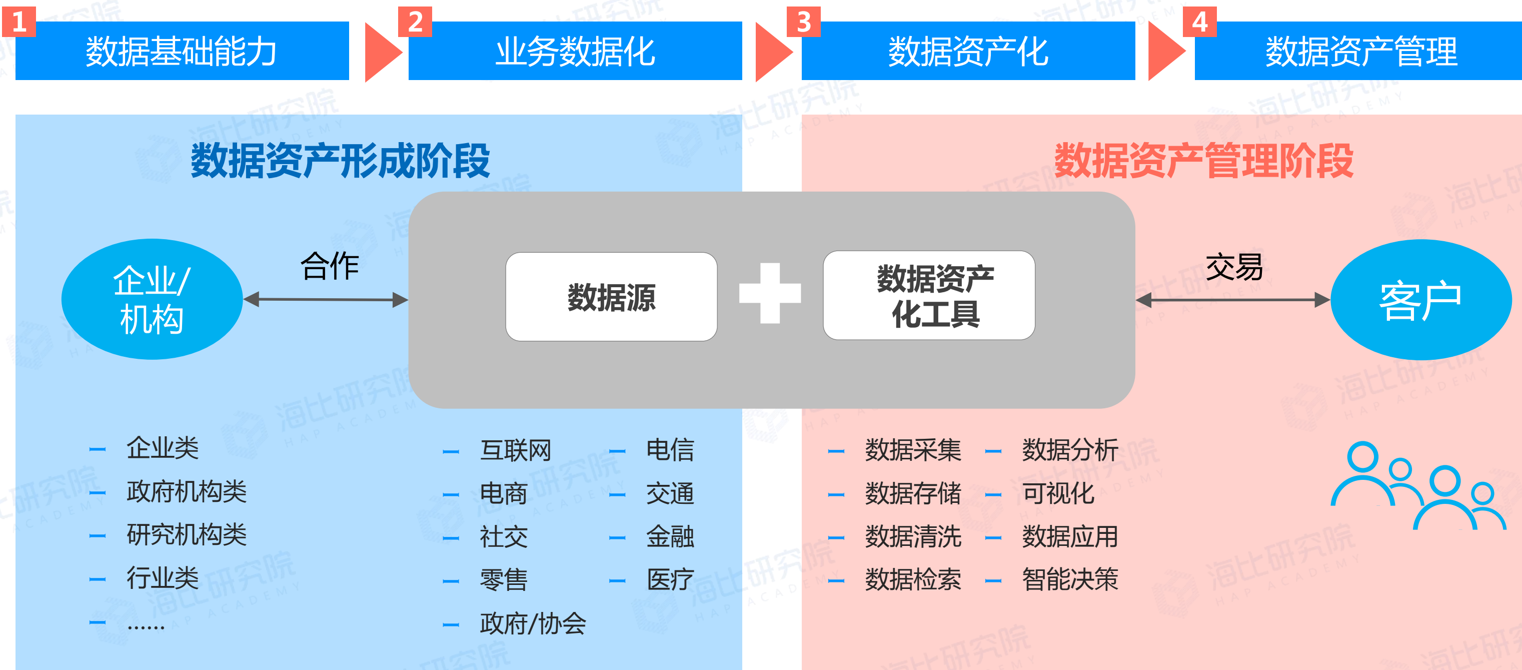


数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

1.3 数据资产化发展阶段：可划分为四个环节两大阶段，现大部分企业处于第一阶段

- 海比研究院认为，数据资产化可以粗略的划分为两个阶段，分别是数据资产形成阶段和数据资产管理与变现阶段。数据资产形成阶段则分为两个环节，分别是数据基础能力和业务数据化两个环节，主要是以源数据建设、数据采集、数据分析与应用等为主，市场大部分最终用户都处于第一阶段，甚至较大比例最终用户处于数据基础能力建设环节。数据资产管理与变现阶段，则包括数据资产化和数据资产变现两个环节，包括数据全流程治理、数据分析、可视化、数据决策应用和数据营销变现等。



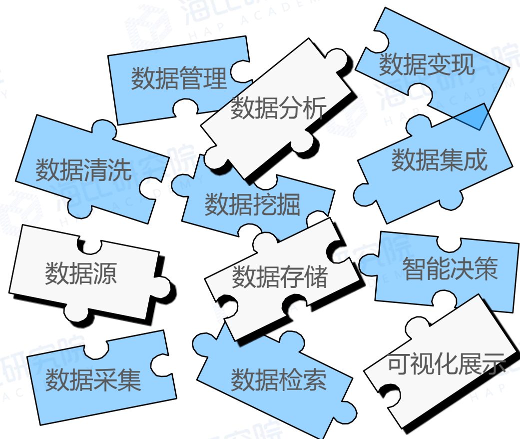
数据来源：海比研究院，2021年；

1.4 数据资产化展现形式与概念

数据资产化将大数据市场各环节整合成一体，作为资产进行管理

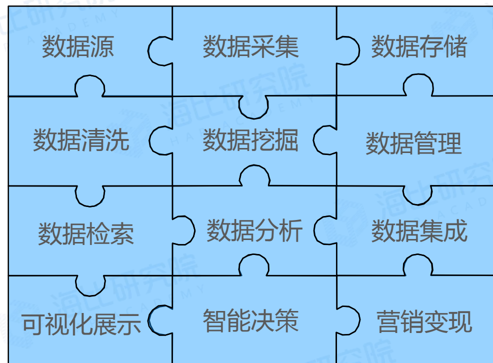
数据要素现有状态

- 现阶段用户的数据多处于散布状态，并没有进行统一的集合、管理与分析。



数据资产化状态

- 在数据资产形成阶段，最大的特点就是将过去不同来源渠道的数据进行整合，将源数据、数据采集、存储、分析、管理与应用的各个环节捏合成为一个整体，从而形成基于企业/机构自身数据资源的数据资产包，海比研究院将这个数据要素的全流程整合过程称之为数据资产化。



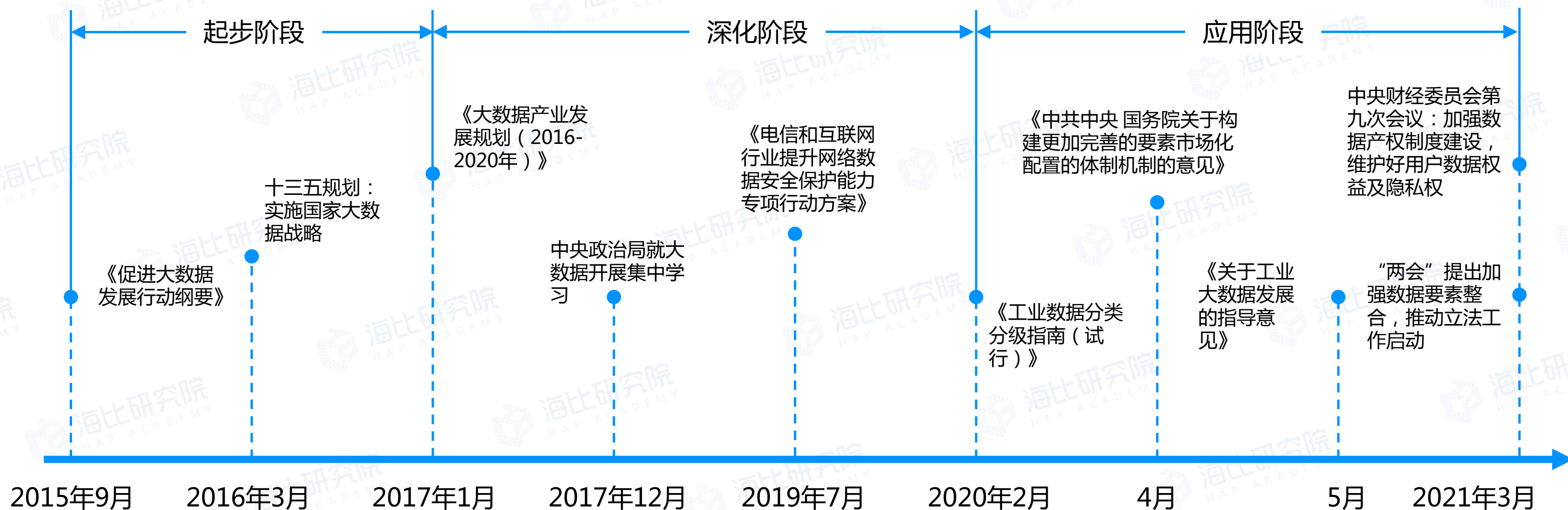
数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

1.5 数据资产化市场环境分析：政策环境
政策扶持走向深度应用，特别是推动数据要素发展，数据资产化是重要方向

- 数据资产化相关政策已经历三个发展阶段，分别经历了起步阶段、深化阶段，现在已经进入应用阶段，该阶段更多鼓励数据的深度应用，并首次提出将数据与土地、劳动力、资本、技术等要素并称为五大生产要素。未来数据要素的市场化配置能力将得到进一步发挥，数据资产化也会进入深度应用阶段。

图：数据资产化相关政策环境分析



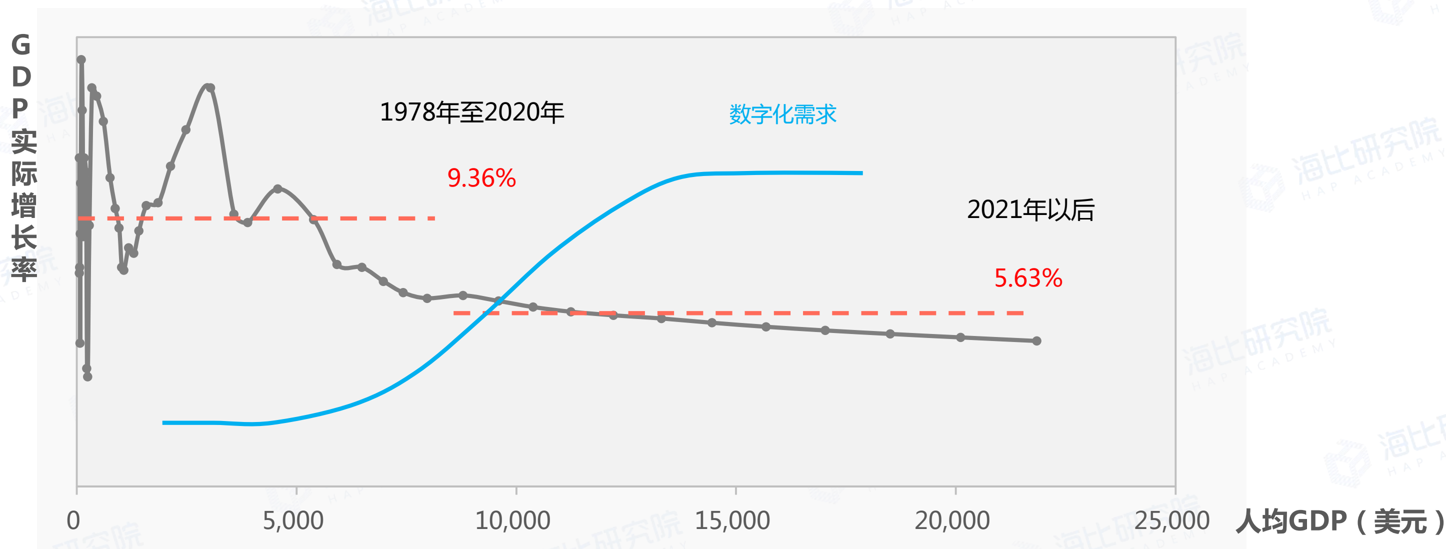
数据来源：海比研究院，2021年；

1.5 数据资产化市场环境分析：经济环境

经济进入增速换挡期，数字化建设需求旺盛，数据要素的积累呈爆发式增长

- 在中国经济迈入增速换挡期的当下，中国市场的数字化建设需求呈现急剧增长的态势。伴随数字化建设程度的不断提高，将会有更多的企业、政府机构等积累产生大量数据资源，越来越多的企业/机构开始意识到这些数据的价值，并希望对这些数据要素进行整合与管理，以便于为企业/机构管理者提供决策辅助支撑。

图：中国经济进入增速换挡期的发展走势图

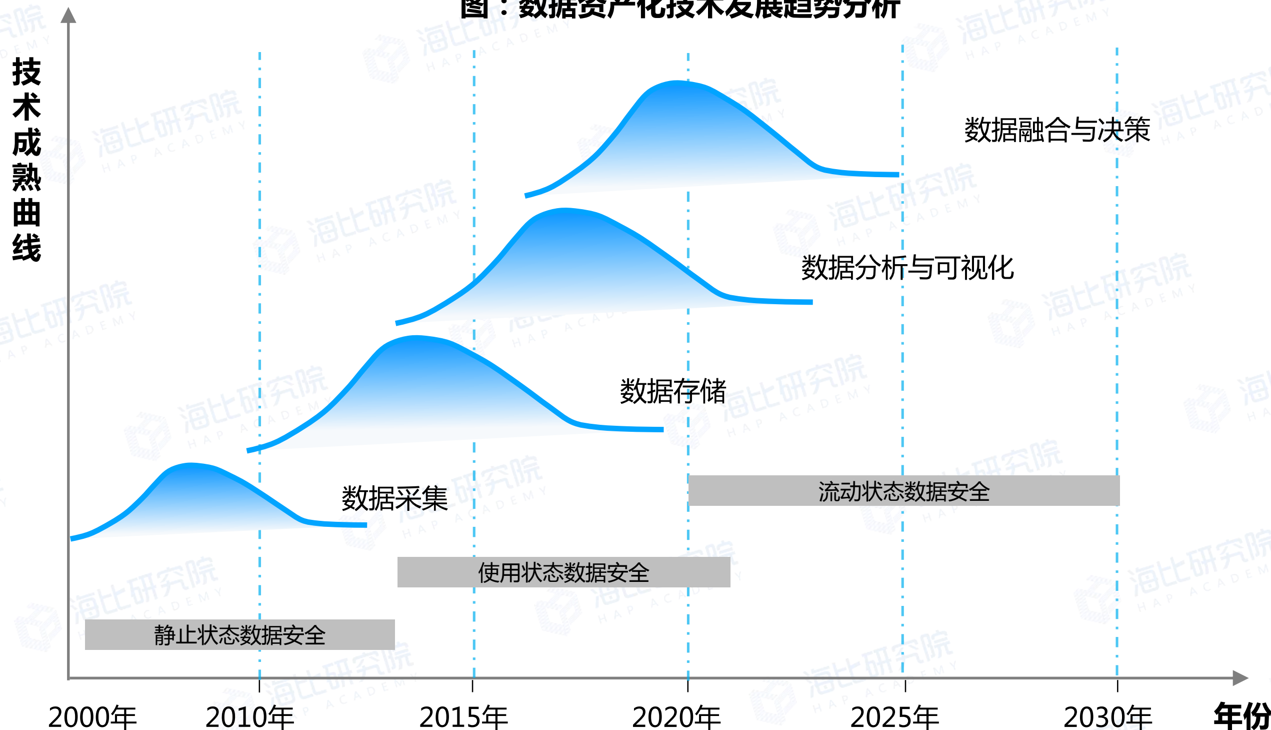


数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

1.5 数据资产化市场环境分析：技术环境

数据要素相关技术成熟度已经较高，未来技术会进一步向数智融合方向发展



主要特点

- ✓ 数据采集技术成熟度高
- ✓ 数据存储技术成熟度高，但国产化水平有待提高
- ✓ 数据分析和可视化需求较高，应用较广
- ✓ 数据辅助决策技术正在走向成熟
- ✓ 数据融合方面技术尚未成熟，是未来发展趋势

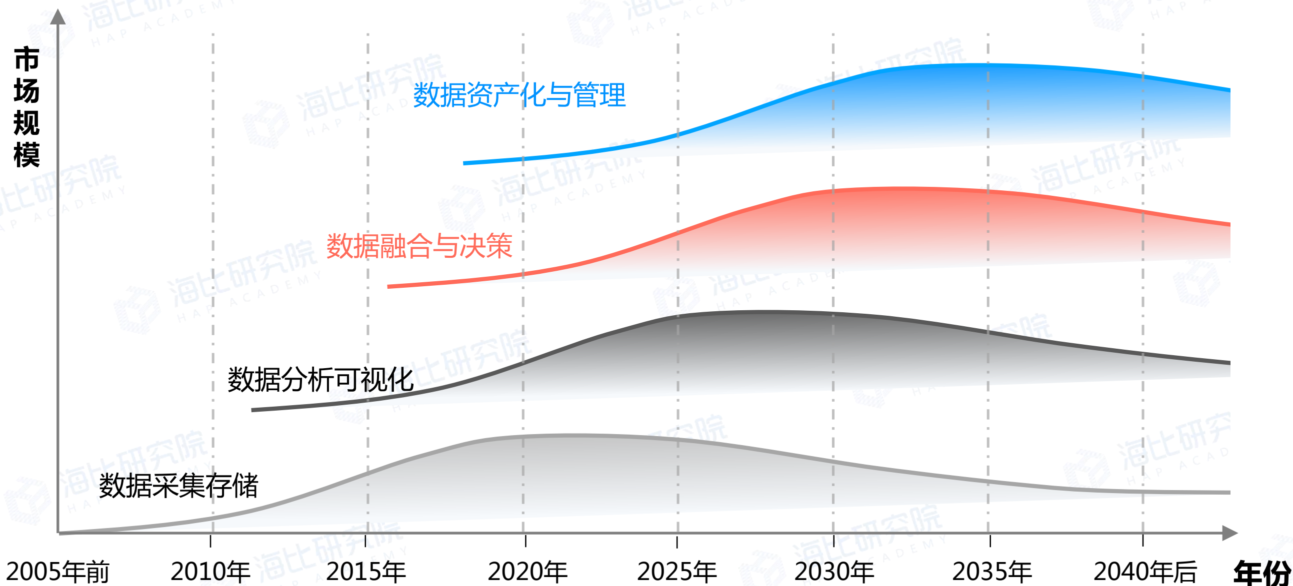
数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

1.6 行业发展周期分析：大数据市场已经处于成熟期，但数据资产化还处于成长期的初级阶段

- 从行业发展周期来看，数据采集、存储已经进入成熟期，数据分析可视化则处于成长期向成熟期过渡阶段，数据融合与智能决策处于成长期，而数据资产化与变现方面则还处于成长期的初级阶段。因此，当前市场中诸如擅长于数据治理的百分点、擅长于数据采集的明途科技等厂商，均表现出良好的发展状态，因为其业务所属细分领域市场已经处于成熟阶段。

图：中国数据资产化工具行业发展周期分析



数据资产化

- ✓ 处于成长期的初级阶段
- ✓ 行业规模增速快
- ✓ 需求开始增加
- ✓ 商业模式尚不固定
- ✓ 资产化交易平台缺乏
- ✓ 入局企业数量增多
- ✓ 市场集中度不高
- ✓ 市场格局尚不稳定
- ✓ 细分的蓝海领域较多
- ✓ 行业监管机制尚不健全

数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

1.7 数据资产化业务价值链分析：价值链主要有五大环节，数据采集、数据存储和数据处理是战略环节

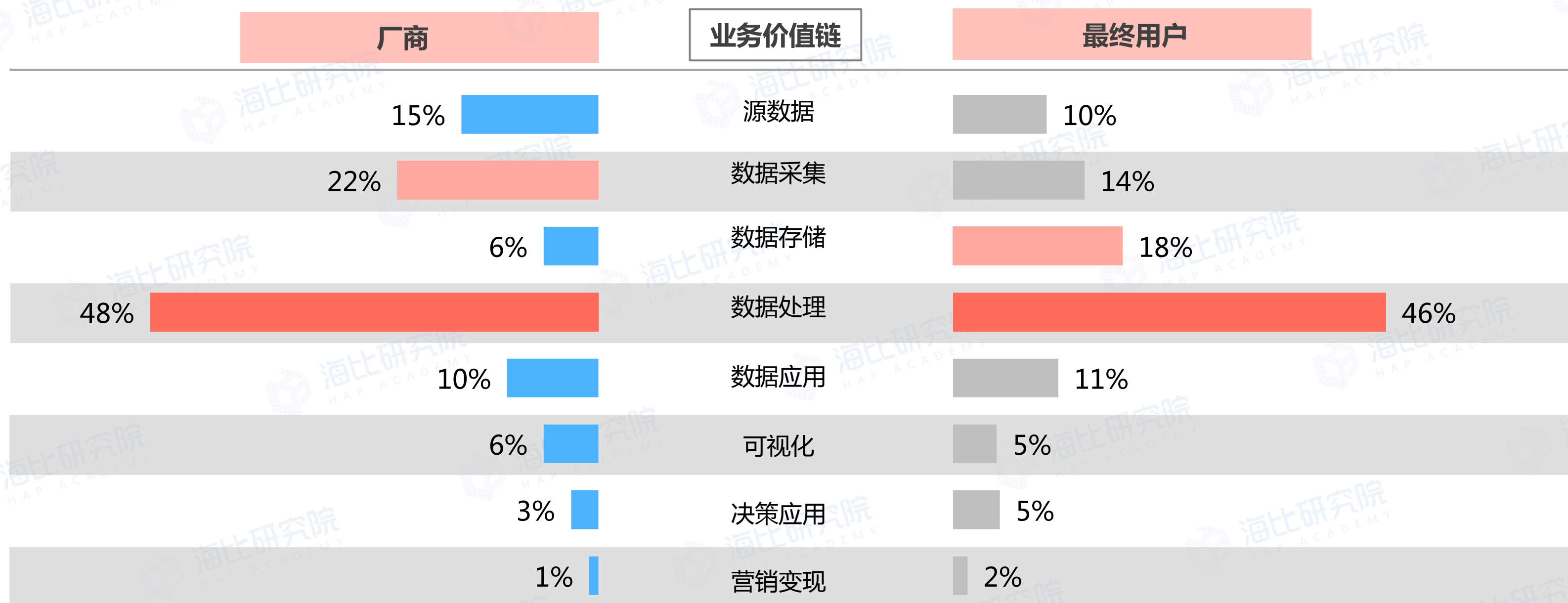


1.7 数据资产化业务价值链分析

需求侧更关注数据处理和存储，供给侧则关注数据处理和采集环节

- 从厂商侧来看，数据处理是最重要的环节，其次是数据采集和源数据。但从需求侧来看，数据处理仍是最重要环节，其次则是数据存储、数据采集。
- 由此可见，供需两端均将数据处理和数据采集作为重要战略环节，另外供给侧更注重源数据环节，需求侧则更注重数据存储环节。因此，像百分点这种注重全流程数据治理的企业会更受最终用户欢迎，同时像日志易、明途科技这种在数据采集方面优势突出的企业也具有较好的发展。

图：数据资产化业务价值链的关键环节



数据来源：海比研究院，2021年；

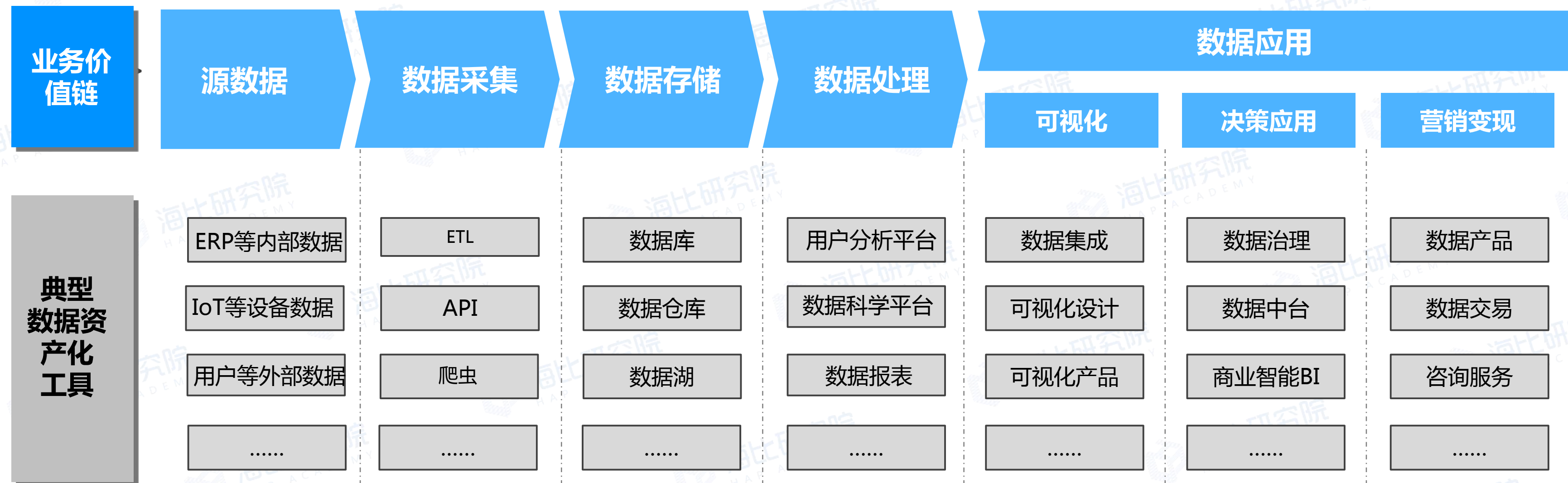
海比研究院 HAP ACADEMY

1.8 数据资产化价值链中的典型工具

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

- 海比研究院将数据要素的全流程整合过程称之为数据资产化，而将数据资产化过程中所需要的源数据、数据采集、存储、处理、应用的一切软件产品和服务，统称为数据资产化工具。
- 数据资产化工具包含了最终用户在数据要素管理过程中的全部软件产品和服务，在各个数据资产化的价值链中都有典型的工具，例如数据存储类有数据库、数据仓库等，数据处理类有用户分析平台等，决策应用类有数据中台、商业智能BI等。

图：数据资产化业务价值链中的典型工具



数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

1.9 数据资产化价值链中的核心角色：

图：数据资产化业务价值链中的核心角色



数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

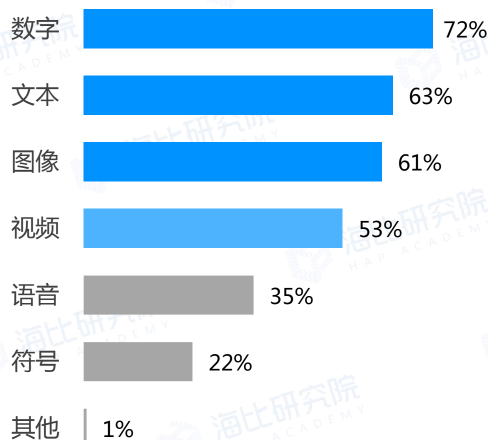
1.10 需求侧数据资产的现状

需求侧数据资源以数字类和文本类居多，55%的最终用户数据资产超过100TB

- 最终用户的数据资源以数字类最高，其次是文本类、图像类和视频类，相对而言，语音类和符号类占比较低。
- 从数据资源的量级来看，平均单个最终用户的数据量级达到3.2PB，从具体分布来看，有55%的最终用户数据资源累积超过100TB。
- 从数据资源的来源渠道来看，客户/用户数据与企业运营数据是主要来源渠道，其次是经管数据和互联网公开数据。

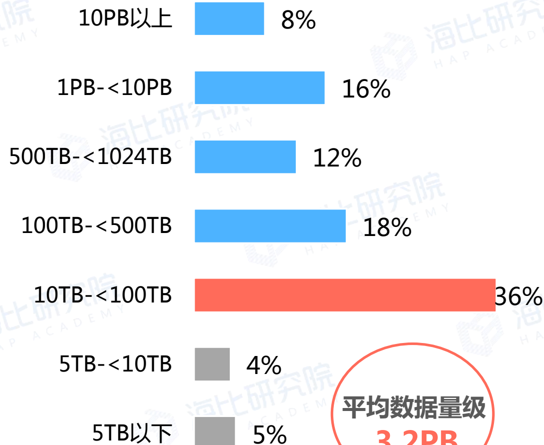
数据类型以数字类为主

图1：最终用户的数据类型分布情况



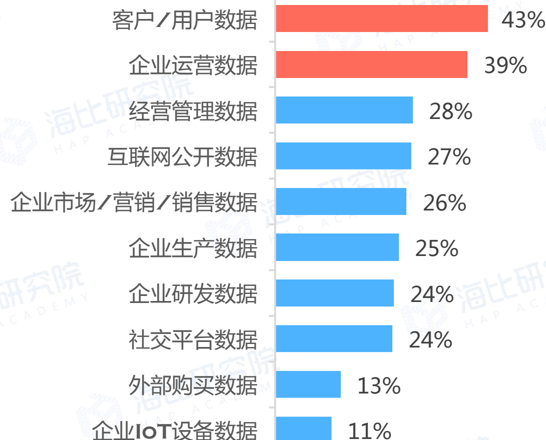
数据资产量级

图2：最终用户累积数据量级分布情况



数据来源渠道

图3：最终用户数据主要来源渠道



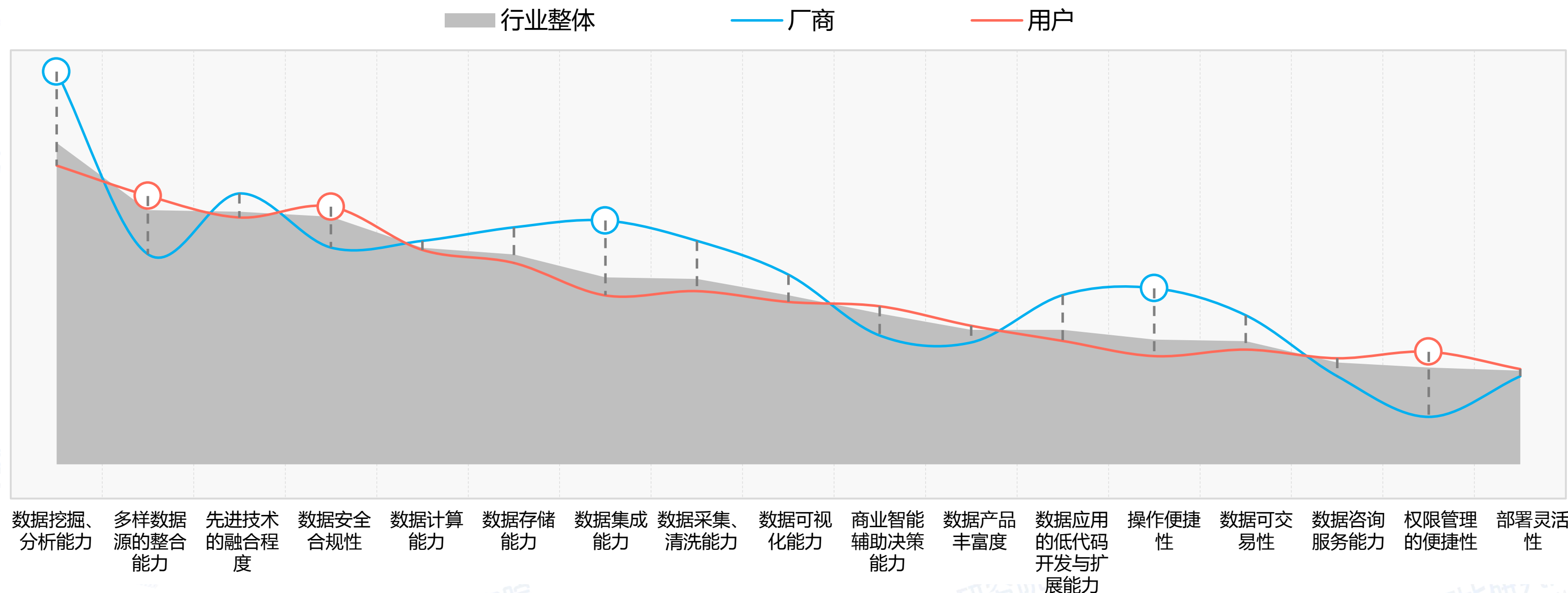
数据来源：海比研究院，2021年；

1.11 数据资产化工具的核心能力

供需两端对数据资产化工具的核心能力认证存在显著差异，说明业内未形成共识

- 从核心能力表现来看，数据挖掘分析能力、多样数据源的整合能力、先进技术融合程度是最重要的核心能力。但从厂商角度来看，数据挖掘分析能力、数据集成能力和操作便捷性的重要程度更高；从最终用户角度来看，则是对数据安全和多样数据源整合能力更为重视。
- 由此可见，供需两端对数据资产化工具的核心能力认知有显著差异，说明厂商供给的产品与最终用户的实际需求存在一定偏差。

图：数据资产化工具核心能力分布情况



数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

目录

CONTENTS

01 行业概况

02 技术水平

03 市场规模

04 竞争格局

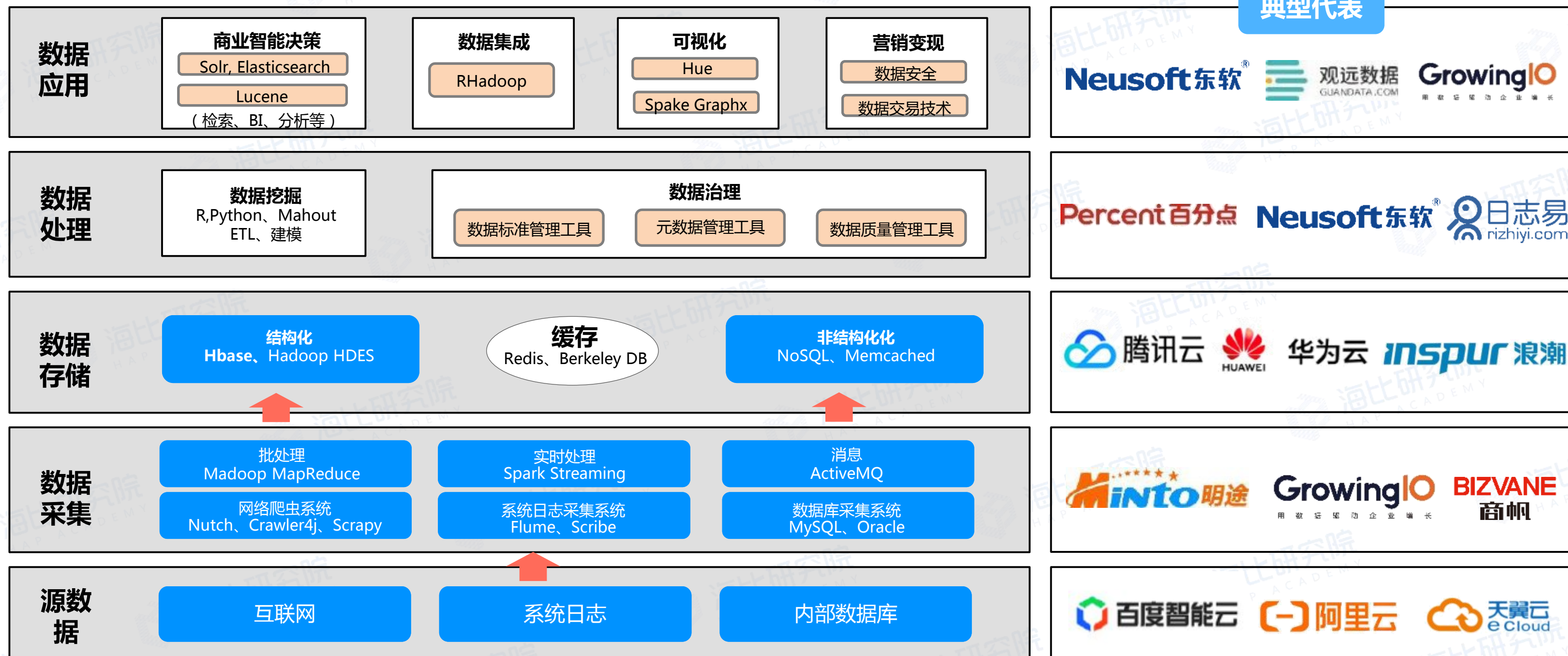
05 应用前景



海比研究院 HAP ACADEMY

2.1 数据资产化的技术架构体系

- 数据资产化的技术架构也分为五个层级，底层是源数据，主要有互联网数据、系统日志数据和内部数据库；第二层则是数据采集环节，主要针对三大源数据有不同采集技术；第三层是存储环节，包括结构化数据存储和非结构化数据存储技术；第四层则是数据处理技术，主要有数据挖掘技术和数据治理技术构成；第五层则是数据应用技术，包括商业智能分析、数据集成、可视化、营销变现等相关技术。



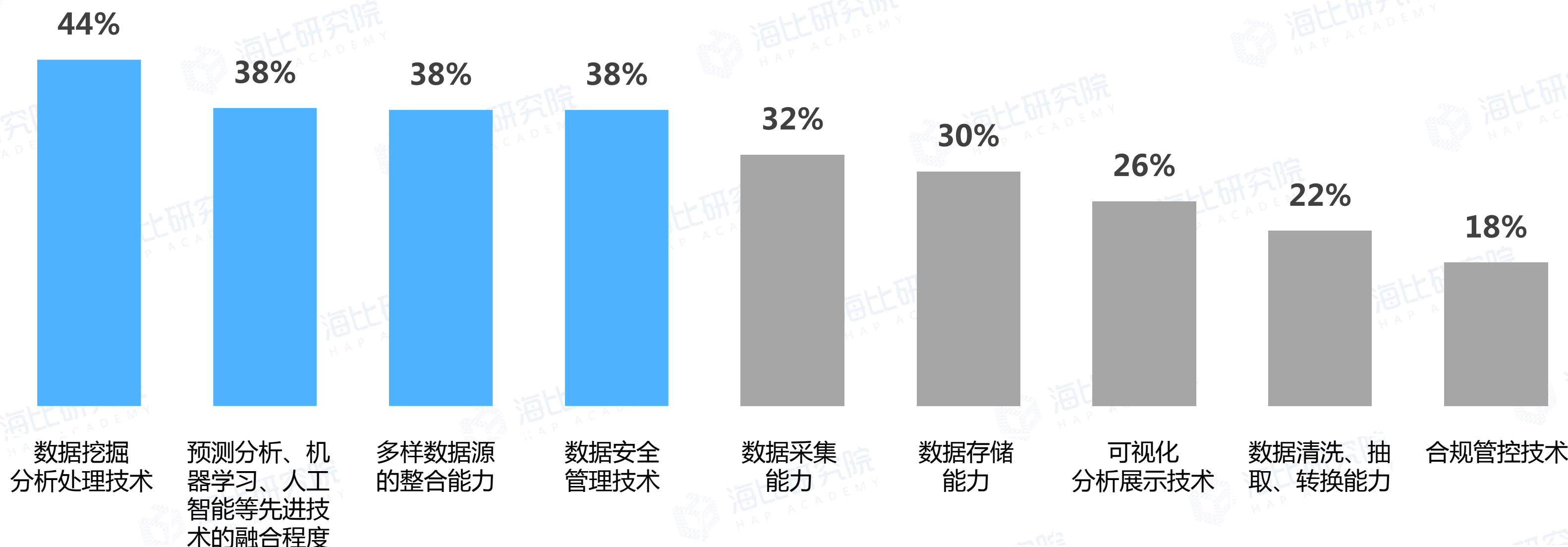
数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

2.2 数据资产化工具核心技术：数据挖掘分析处理、先进技术融合、数据源整合能力、数据安全是核心技术

- 通过调研发现，数据资产化工具关键技术主要以数据挖掘分析处理技术、先进技术的融合程度、多样数据源的整合能力、数据安全管理能力为主。
- 从厂商角度来看，更为关注数据挖掘分析处理技术和多样数据源的整合能力，而最终用户则更关注先进技术的融合程度和数据安全技术。可见厂商关注的核心技术和最终用户关注的核心技术有所偏差，像明途科技、百分点等注重预测分析、机器学习、人工智能等先进技术的融合程度应用的企业更受用户欢迎。

图：数据资产化工具核心技术分布情况

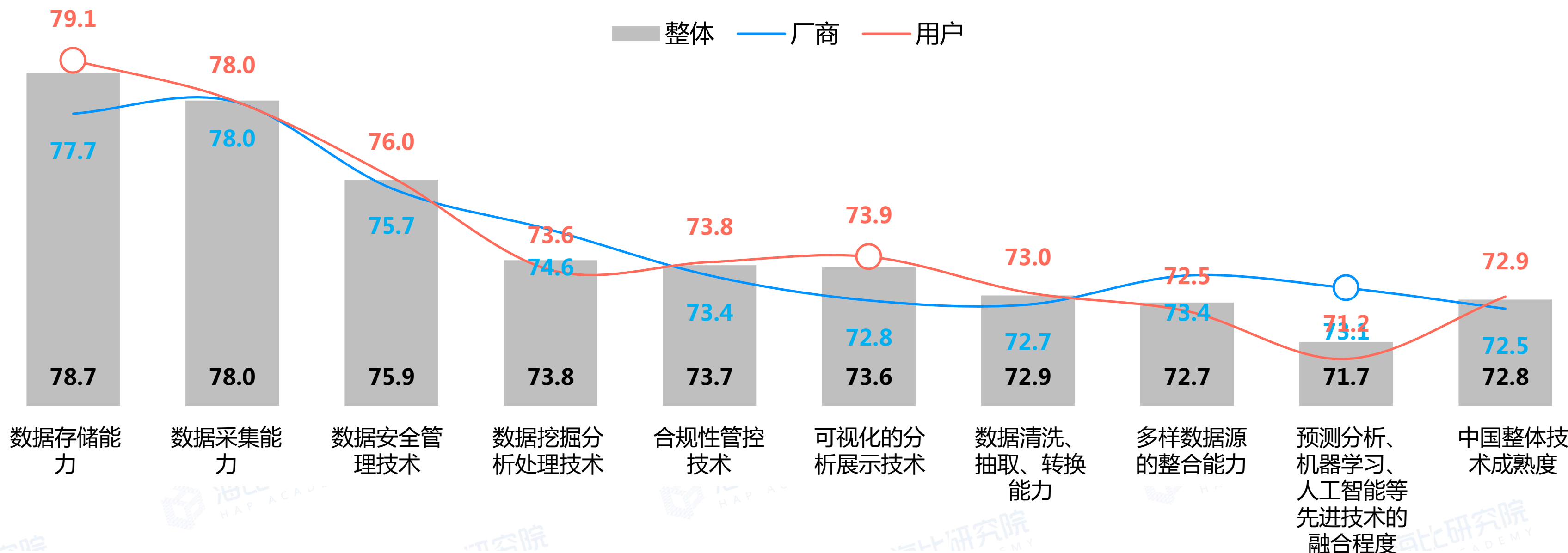


数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

2.3 数据资产化核心技术成熟度分析：技术成熟度整体偏低，先进技术融合度及数据源整合能力还有较大提升空间

- 数据资产化工具行业整体技术成熟度处于偏低水平，相比而言最终用户对技术成熟度的判断要略高于厂商的判断，说明用户预期相对较好。
- 从核心技术的成熟度来看，数据存储能力、数据采集能力成熟度相对较高，先进技术融合程度及数据源的整合能力有较大提升空间。
- 从供需两端来看，最终用户认为存储技术、可视化技术的成熟度要高于厂商的判断，而厂商对数据挖掘分析技术和先进技术融合的技术成熟度判断要高于最终用户的认知。



数据来源：海比研究院，2021年；技术成熟度满分值为100分，1-70分为不成熟，71-90分为成熟，90分以上为很成熟；

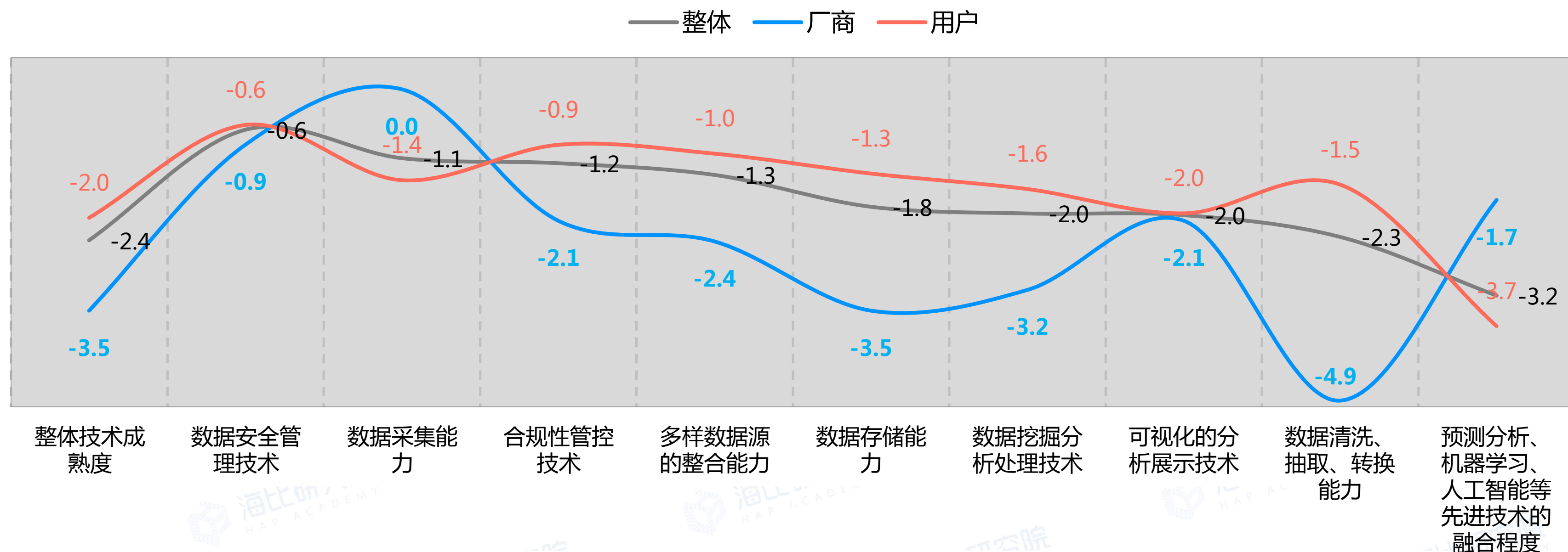
海比研究院 HAP ACADEMY

2.4 中国市场与全球市场的技术差距

与全球相比，中国数据资产化工具相关技术成熟度略低于全球2.4个百分点

- 中国市场的数据资产化工具技术成熟度与全球市场差距较小，差值仅有2.4%，最终用户认为与全球相比仅低2%，但厂商认为比全球低3.5%。
- 比较核心技术的成熟度发现，在数据安全、数据采集、合规性管控等方面与全球技术水平基本持平；相对而言，先进技术的融合度方面差距最大，应做重点改进。厂商认为在数据清洗、抽取、转换方面和数据存储方面的技术差距与全球相比最大，而最终用户则认为是先进技术方面差距最大。

图：中国与全球的核心技术成熟度差值对比分析



数据来源：海比研究院，2021年，成熟度差值=中国成熟度-全球成熟度；

海比研究院 HAP ACADEMY

目录

CONTENTS

01 行业概况

02 技术水平

03 市场规模

04 竞争格局

05 应用前景

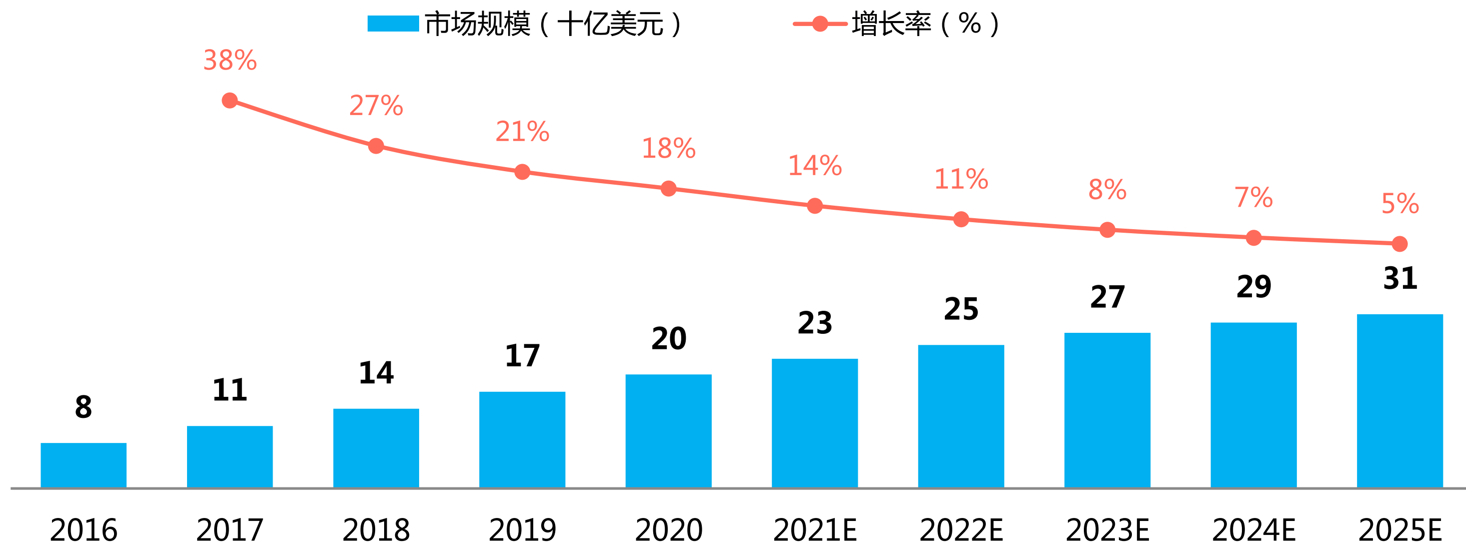


海比研究院 HAP ACADEMY

3.1 全球数据资产化工具市场规模
全球市场规模已超两百亿美元，预计在2025年将突破三百亿美元

- 全球数据资产化市场规模在2020年达200亿美元，但从未来几年的发展趋势来看，全球市场增长率呈现下降趋势，预计在2025年可超过300亿美元。未来，中国市场将是数据资产化的重要增量市场。

图：全球数据资产化工具市场规模



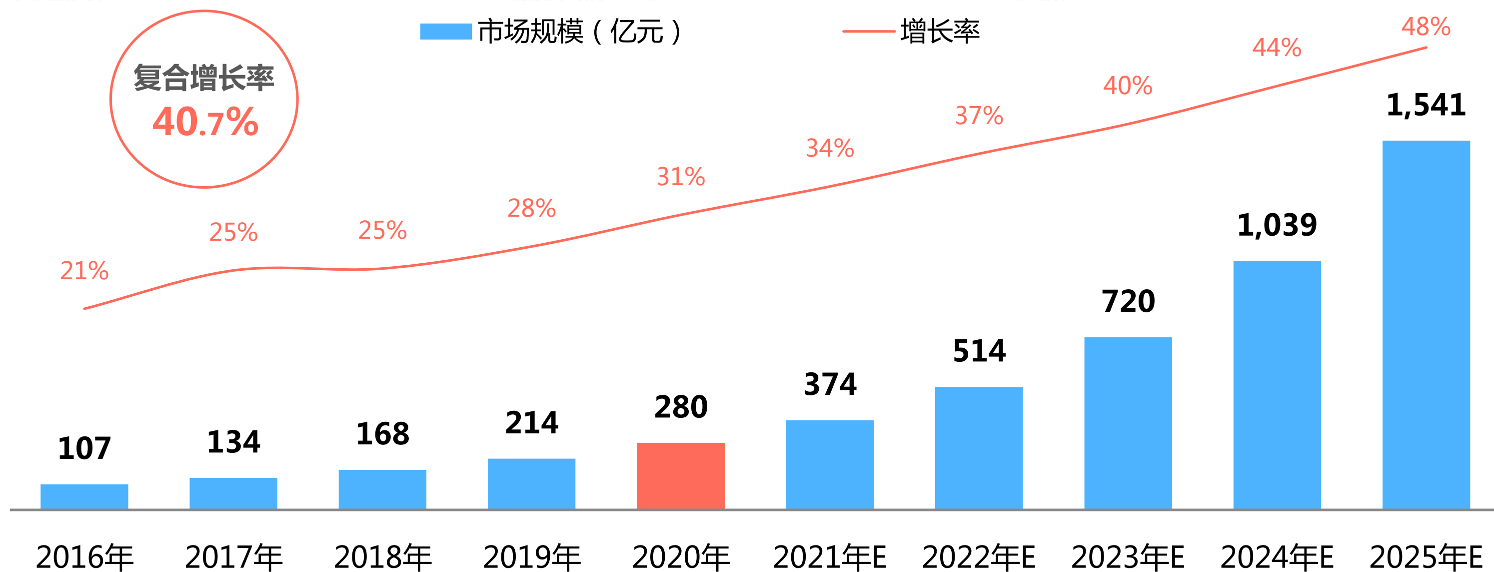
数据来源：Wikibon、海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

3.2 中国数据资产化工具市场规模：2020年中国市场规模达280亿元，未来五年复合增长率达41%，保持高速增长

- 海比研究数据表明，中国数据资产化市场规模2020年为280亿元，预计未来五年将保持高速增长，年复合增长率达40.7%，预计2024年市场规模将达到千亿量级。这主要受到数字化建设需求旺盛的影响，再加上中国市场数据资产化工具提供商的繁荣发展，诸如东软、百分点、明途科技、明略、神策、GrowingIO等数据公司的崛起，将会为企业数字化转型改革提供高效的工具。

图：中国数据资产化工具市场规模及其发展趋势

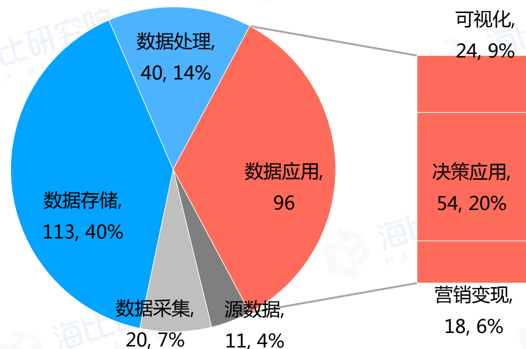


数据来源：海比研究院，2021年；

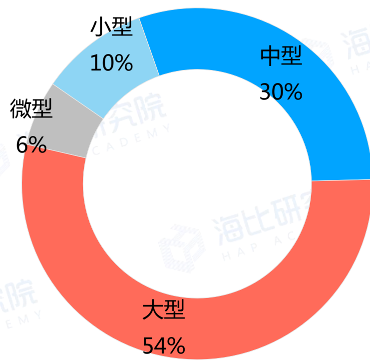
3.3 细分市场规模：数据存储与应用规模最大，以大中型企业需求为主，政府、金融行业是主市场

- 从细分市场规模来看，数据存储规模最大，达到113亿元，其次是数据应用类，其中可视化市场规模24亿元，营销变现18亿元，内部决策应用54亿元；再次是数据处理、数据采集和源数据领域。
- 从需求层面来看，大中型企业贡献的市场规模比例较高，尤其是政府、金融、医疗、制造和教育等行业的贡献较大，像东软、百分点、明途科技等业务涉足这些行业的数据公司发展较为快速。

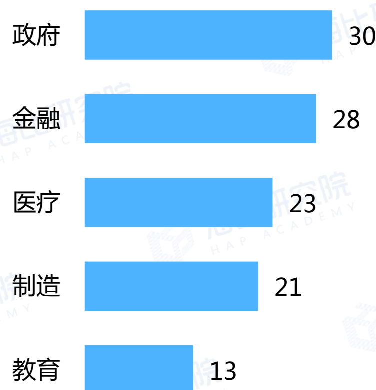
数据资产化细分市场规模（亿元）



不同类型企业需求的市场规模分布



不同行业需求的市场规模（亿元）



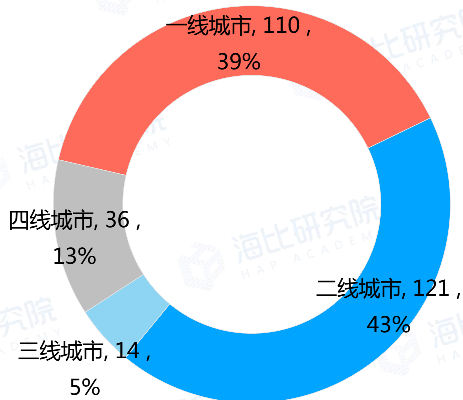
数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

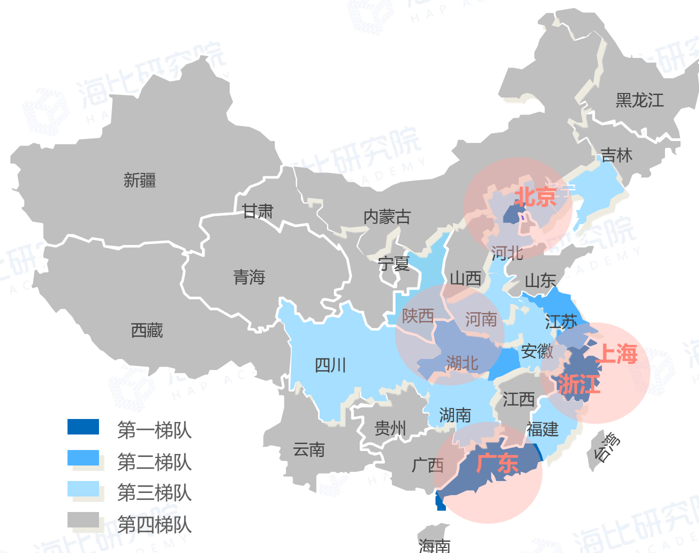
3.3 细分市场规模：一二线城市占市场规模的八成以上，北京、上海、浙江、广东处于全国第一梯队

- 从城市分布来看，数据资产化工具的市场主要在一二线城市，占总体市场规模的八成以上，其中一线城市占比39%，二线城市占比43%。
- 从地域分布来看，北京、上海、浙江、广东是数据资产化工具市场的第一梯队，第二梯队则是江苏和湖北，其他则属于第三四梯队。

不同城市级别市场规模分布情况（亿元）



不同地域市场规模分布情况



数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

3.4 数据资产化用户数量规模：有需求用户数量规模庞大，但实际客户开发率低，未来市场有34倍成长空间

- 从数据资产化需求用户数量规模来看，中国市场存在庞大用户需求，数量高达156万家，其中高需求用户数量达48万家。但从实际购买并形成数据资产管理的用户数量规模来看只有1.4万家，由此可见数据资产化工具的客户开发率或企业购买率偏低，仅有2.9%。
- 若高需求用户均得到市场开发，则数据资产化工具的市场规模有34倍的提高空间，这说明数据资产化工具的未来发展空间巨大。

156万家	48万家	1.4万家	2.9%	34倍
有需求用户数量	高需求用户数	数据资产管理实际购买用户数	客户开发率	市场规模提升空间

数据来源：海比研究院，2021年；

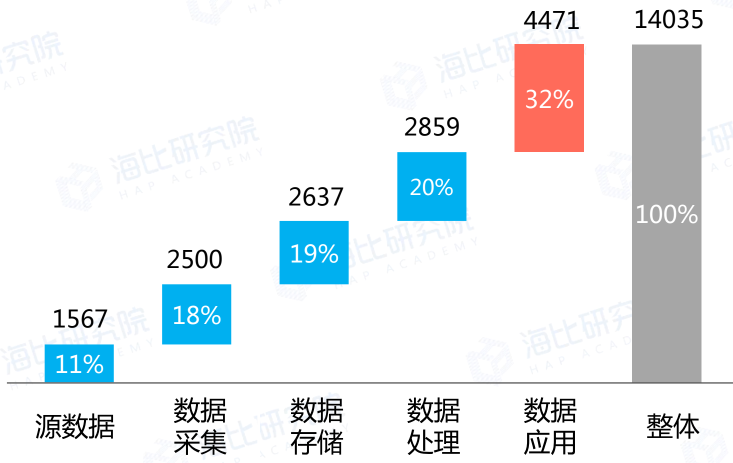
海比研究院 HAP ACADEMY

3.5 细分领域需求用户数量规模：数据应用类工具的需求用户数量最多，其中辅助决策方面的需求用户较多

需求数据应用类工具用户最多

- 据海比研究院调查显示，目前市场上有数据资产化需求的用户中对数据应用类工具需求较多，达到4471家，其次是数据处理类的达2859家。但源数据方面用户数量偏少，厂商应加大源数据用户的开发力度。

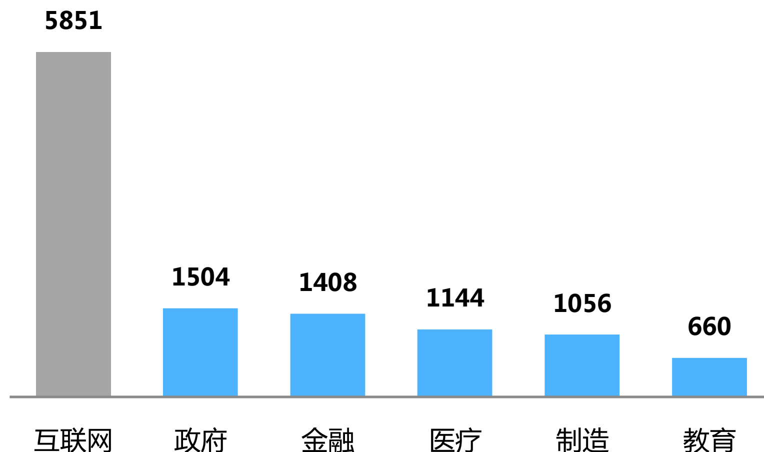
图1：各细分市场数据资产化用户数量分布



互联网用户数据资产化需求数量较多

- 从不同行业的数据资产化需求数量来看，互联网用户数量最多，高达5851家，但互联网用户实际购买的较少，真正属于第一梯队的则是政府、金融、医疗和制造。厂商应注重这些行业内用户的需求开发。

图2：不同行业数据资产化用户数量



数据来源：海比研究院，2021年；

3.6 数据资产化工具数量规模：数据资产化工具年度签单量超过六万，平均每个用户采购4个数据资产化工具

- 2020年全年共签订6.1万单数据资产化工具订单，平均每个最终用户购买4个数据资产化工具。与此同时，平均每个厂商供给7个数据资产化工具产品和6个数据资产化解决方案。
- 这说明，大部分数据资产化工具厂商提供更多产品工具和解决方案选项，同时也说明现阶段数据资产化工具的功能较为分散，无法为需求方提供高度统一的数据资产化工具产品。因此，未来像东软、百分点、明途科技、日志易、GrowingIO等能为需求方提供全流程数据资产化工具解决方案的厂商会有较好的发展空间。

6.1万单
年度签单量

2020年签订的数据资产化工具订单达到6.1万单

4个
年均采购产品量

平均每年单个用户在数字化建设过程中，会采购4个数据资产化工具

7个
单厂商提供产品数量

平均单个数据资产化工具提供商可以提供7个产品/工具

6个
单厂商提供解决方案数量

平均单个数据资产化工具提供商可以提供6个整体解决方案

海比研究院 HAP ACADEMY

目录

CONTENTS

01 行业概况

02 技术水平

03 市场规模

04 竞争格局

05 应用前景



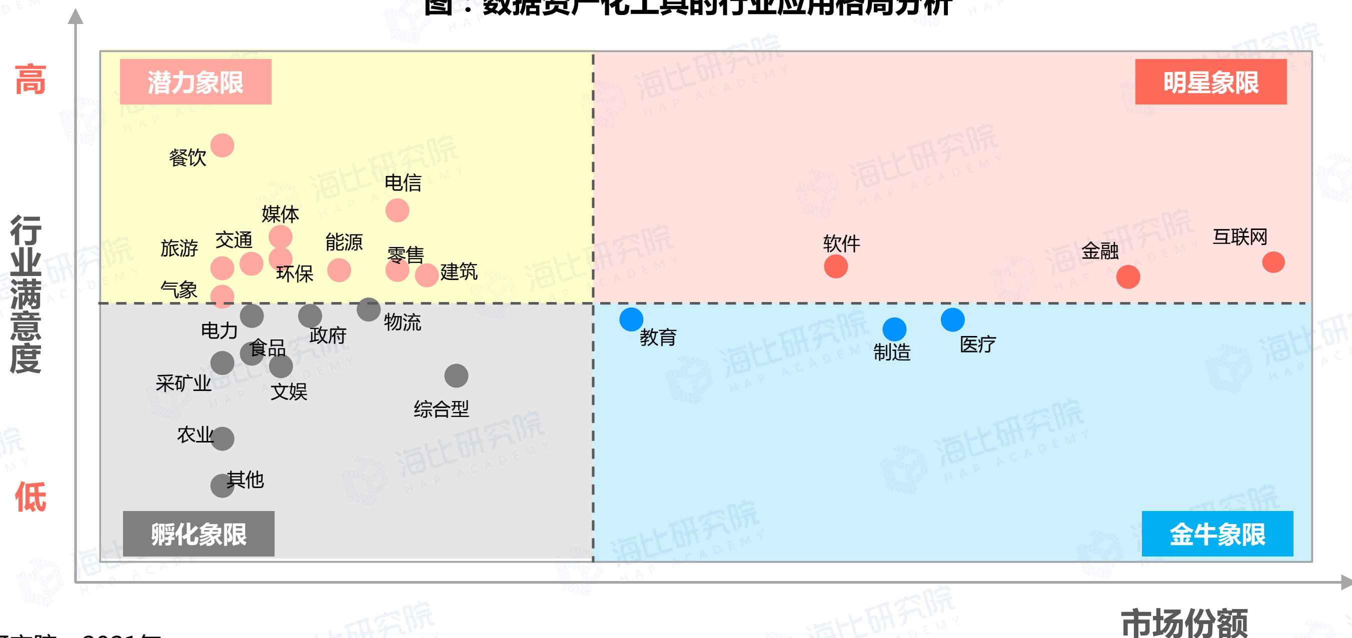
海比研究院 HAP ACADEMY

4.1 行业竞争格局：行业应用象限分布

互联网、金融和软件行业是数据资产化工具明星象限，餐饮、电信、媒体潜力高

- 从数据资产化工具在不同行业的情况来看，互联网、金融和软件行业的数据资产化工具应用最好，市场份额高，行业满意度也高，属于明星象限；医疗、教育、制造行业则属于金牛象限，此类行业市场份额高，但行业满意度还有提升空间；餐饮、电信、媒体、能源、零售、交通、旅游、环保、气象等行业则是潜力象限，此类行业当下市场份额不高，但行业满意度较高，具有很好的发展潜力；其他行业则属于孵化象限。

图：数据资产化工具的行业应用格局分析



数据来源：海比研究院，2021年；

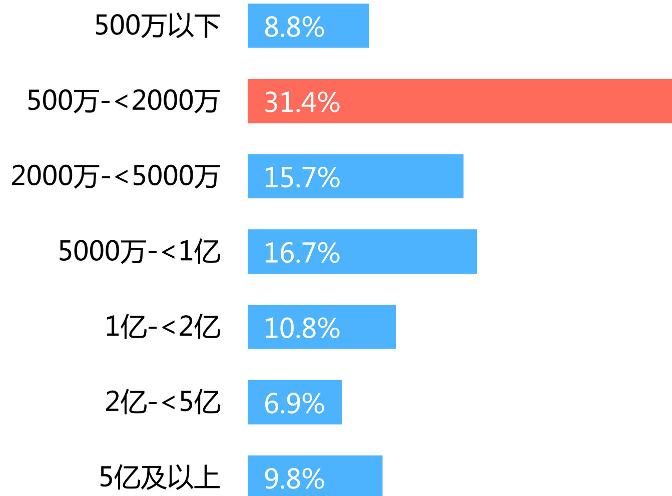
海比研究院 HAP ACADEMY

4.2 厂商竞争格局：厂商经营情况
四成厂商营收规模低于2000万，超五成厂商利润规模低于1000万

厂商营收以【500万,2000万】之间为主

- 超过三成厂商营收规模在500万到2000万之间，另有9.8%的厂商营收超过5亿元。

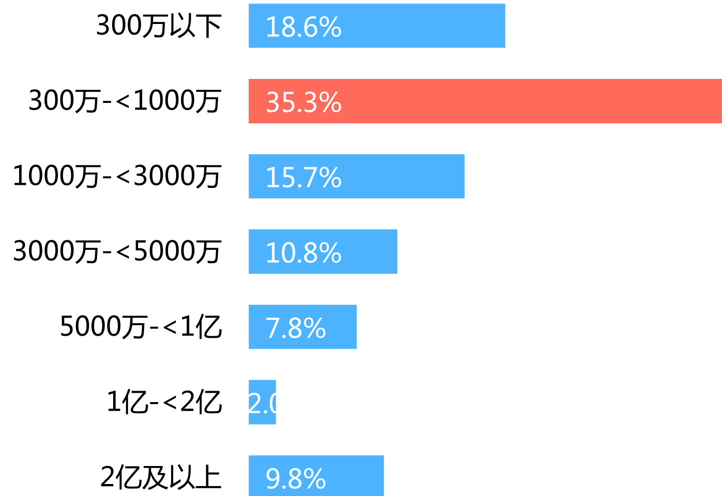
图1：数据资产化工具厂商营业收入分布情况



厂商利润多在【300万,1000万】之间

- 有35.3%的厂商利润集中在300万到1000万之间，另有18.6%的厂商利润低于300万，说明厂商整体盈利能力偏低。

图2：数据资产化工具厂商利润水平分布情况



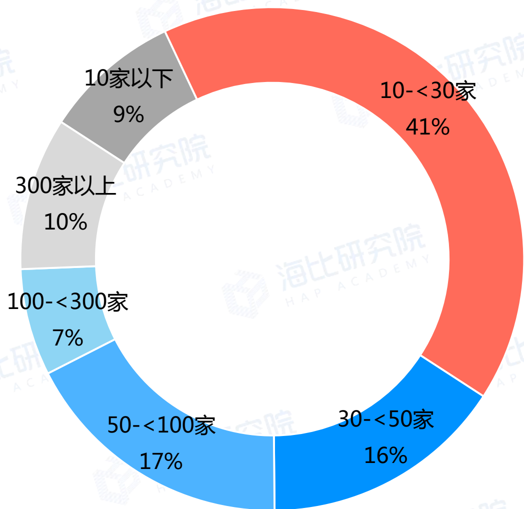
数据来源：海比研究院，2021年；

4.2 厂商竞争格局：厂商客户情况
五成厂商的客户数量在30家以内，六成厂商的客单价低于20万

四成多厂商客户数量集中在10-30家

- 有41%的数据资产化工具厂商客户数量在10-30家，另有33%的厂商客户数量在30到100家之间，17%的厂商客户数量超百家。

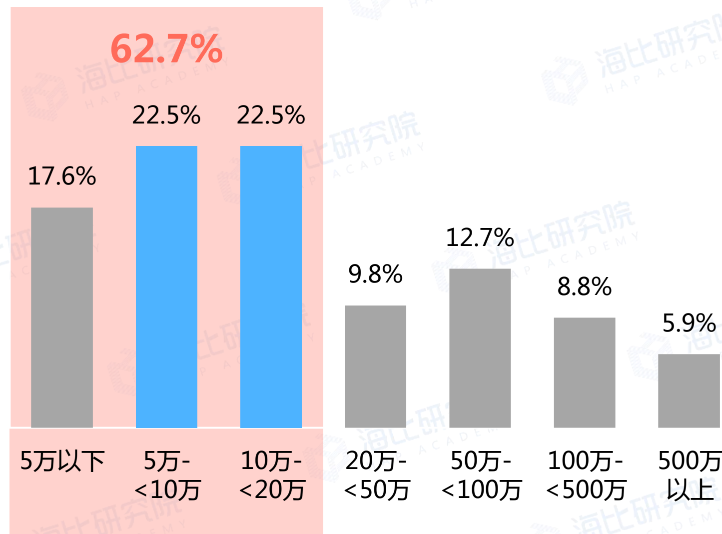
图1：数据资产化工具厂商客户数量分布情况



客单价多集中在【5万,20万】

- 超过六成的厂商客单价低于20万，客单价超百万的比例仅有14.7%，说明数据资产化工具的整体客单价偏低，尚有较高上升空间。

图2：数据资产化工具厂商客单价分布情况



数据来源：海比研究院，2021年；

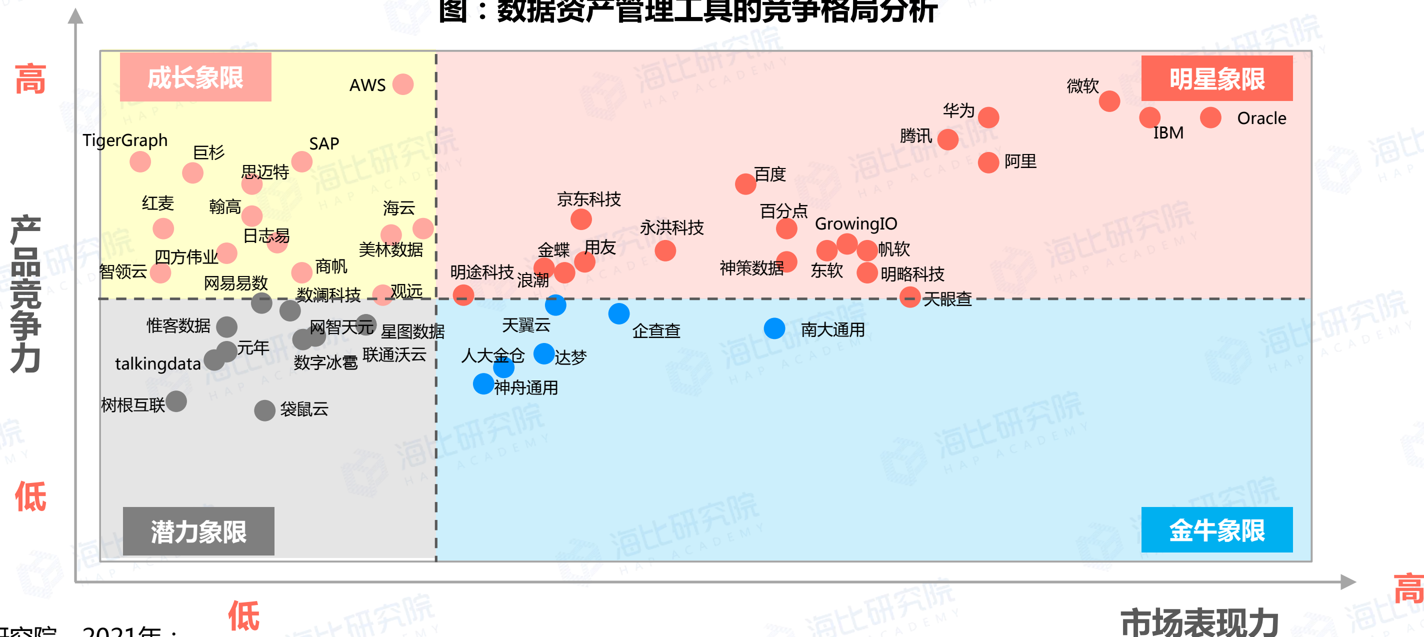
海比研究院 HAP ACADEMY

4.2 厂商竞争格局：数据资产化工具象限分布

明星象限综合实力强，潜力象限潜力最大，金牛象限盈利好，孵化象限成长快

- 从工具厂商的竞争格局来看，可以划分为四个象限：明星象限、金牛象限、成长象限和潜力象限。
- 明星象限的厂商在市场表现和产品竞争力方面表现较为突出，其技术实力较强，已经获得市场的认可；金牛象限的厂商，则具有较高的市场份额，已经建立稳定的商业模式，可提供稳定的现金流；成长象限的厂商，则具有较高的产品竞争力，虽然现阶段市场份额较低，但已处于快速成长期，具有较高的成长空间；潜力象限的厂商，则是因成立时间段，积累少，市场需求不足等原因，导致市场需求不足，但受中美贸易竞争大环境影响，未来需求会得到释放，因此具有较高的增长潜力。

图：数据资产管理工具的竞争格局分析



数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

4.2 厂商竞争格局：厂商竞争激烈程度

数据资产化厂商面临较多的竞争对手，尤其处于红海象限的厂商面临竞争压力大

可视化领域竞争激烈度相对略低

- 数据资产化工具厂商平均每百家同行业企业就有接近9家是业务重叠的竞争对手，说明整体竞争激烈程度较高。

高压象限的厂商面临的竞争压力较大

- 从主流厂商所面临的竞争激烈度来看，京东、阿里、腾讯、百度、网易等企业竞争压力较大，而明途科技、百分点、日志易、帆软、观远等面临竞争压力较小。

图1：各细分领域的厂商竞争激烈度分析

图2：数据资产化工具厂商面临的竞争压力象限图

数据来源：海比研究院，2021年；竞争激烈度是指每100个企业中有多少个是竞争对手。

海比研究院 HAP ACADEMY

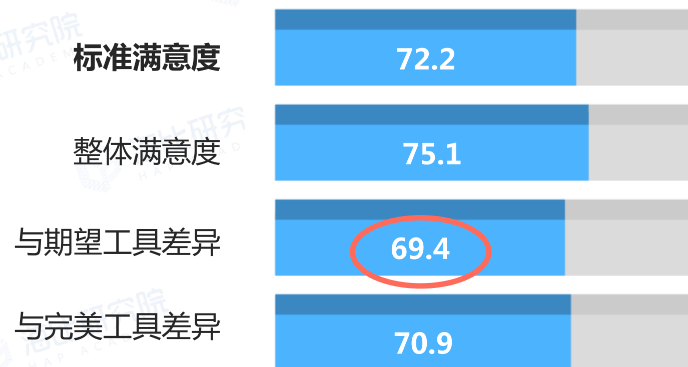
4.3 行业满意度分析

行业满意度水平不高，与客户期望的差距较大，应用类工具满意度应重点提升

数据资产化行业标准满意度不高

- 数据资产化工具的行业标准满意度为72.2分，满意度水平略低。
- 从细项表现来看，与期望差异的值最低，为69.4分，说明最终用户对产品的期望较高，但实际产品表现未达预期。

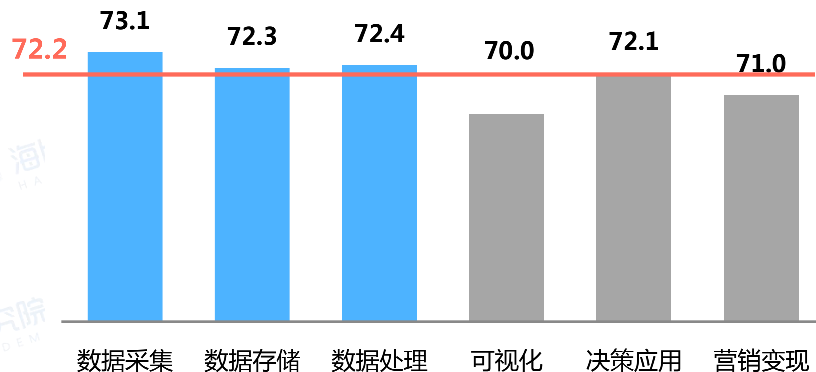
图1：数据资产化工具满意度分析



采集类工具满意度较高，可视化较低

- 从细分领域满意度来看，最终用户对数据采集、存储和处理类工具满意度要高于数据应用。因此，像明途科技这种专注数据采集的企业，会更容易获得较高的客户满意度。

图2：不同细分市场数据资产化工具满意度分析



数据来源：海比研究院，2021年；满意度满分值为100分，1-70分为不满意，71-90分为满意，90分以上为很满意；

海比研究院 HAP ACADEMY

备注说明：标准满意度=整体满意度*40%+与期望差异*30%+与完美差异*30%。

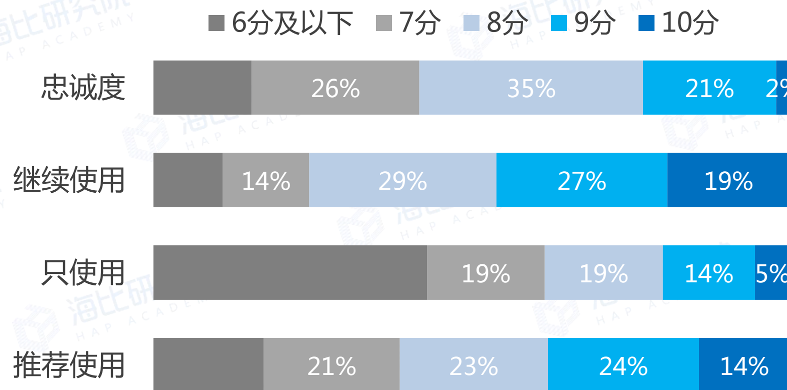
4.4 忠诚度分析：最终用户继续使用意愿和倡导者比例较高，对数据资产化工具未来前景看好

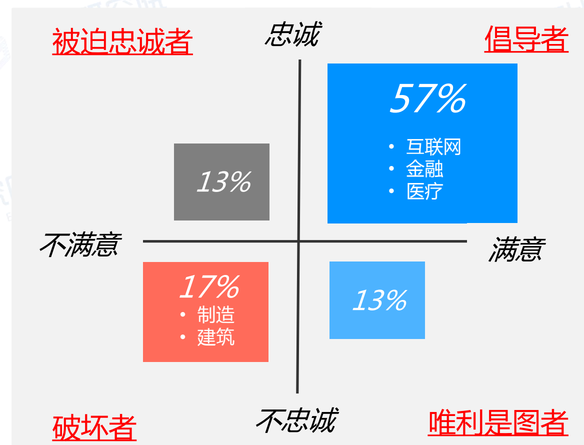
数据资产化工具继续使用意愿高

- 76%的最终用户会继续使用数据资产化工具，并有超过六成的客户明确表示愿意推荐给亲朋好友使用。
- 但只有5%的用户“只使用”给10分，说明数据资产化工具的市场尚不成熟，不具有排他性。

数据资产化工具的倡导者占比高

- 57%的最终用户对数据资产化工具满意且忠诚（倡导者）；但既不满意也不忠诚的用户（破坏者）比例仅有17%。说明当下最终用户对数据资产化工具的前景十分看好。





数据来源：海比研究院，2021年；在10分制调研中，忠诚度方面评价为7分及以下为不忠诚，8-10分代表忠诚；

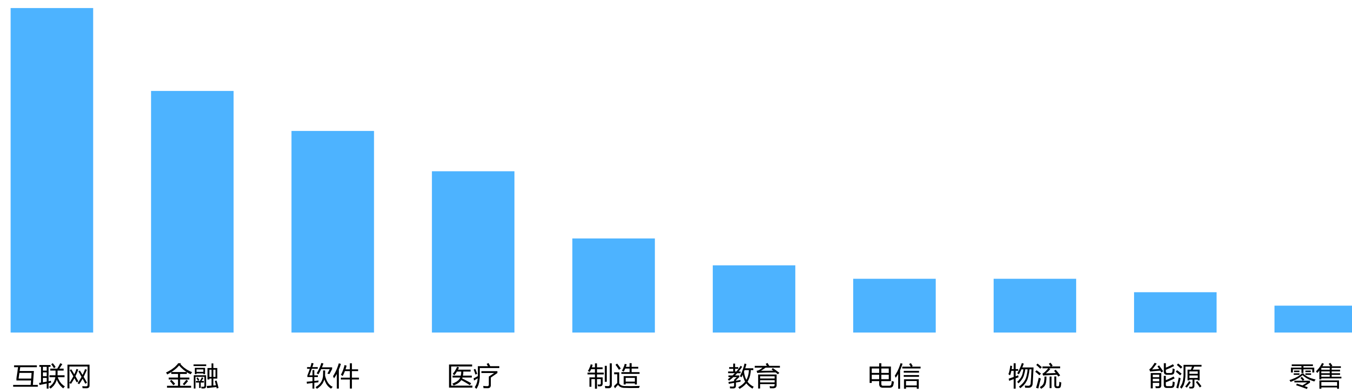
海比研究院 HAP ACADEMY

备注说明：忠诚度=继续使用*30%+只使用*30%+推荐使用*40%。

4.4 忠诚度分析：
倡导者用户多集中在互联网、金融、软件、医疗等行业，应重点推广

- 倡导者的用户多分布在互联网、金融、软件、医疗、制造、教育、电信、物流、能源和零售等行业，这些行业数据资产化工具的满意度较高，且推荐意愿较显著，说明这些行业的应用前景会较好。因此，像东软、百分点、明途科技、微金时代、GrowingIO、观远数据、日志易等聚焦这些行业的数据厂商会更有发展空间。

图：数据资产化工具倡导者用户行业分布前十名



数据来源：海比研究院，2021年；

4.5 净推荐值分析：最终用户对数据资产化工具的主动推荐传播意愿较高

数据资产化工具净推荐值21

- 最终用户对数据资产化工具的净推荐值为21，说明数据资产化工具在口碑营销上的潜力较强，同时也代表忠诚用户的人数较多，发展前景较好。

决策应用和营销变现类工具净推荐值高

- 从细分领域来看，营销变现和内部决策应用类的数据资产化工具净推荐值高，其次是数据的存储和处理。
- 在数据采集、可视化和综合解决方案等方面的净推荐值低于整体水平，说明这三个细分市场的最终用户认可度不高。

图1：数据资产化工具的NPS值

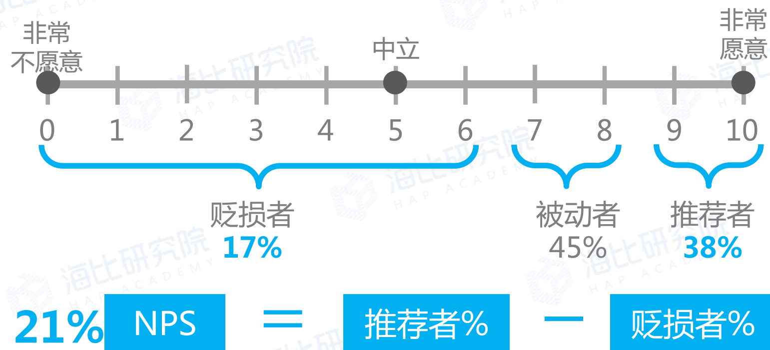
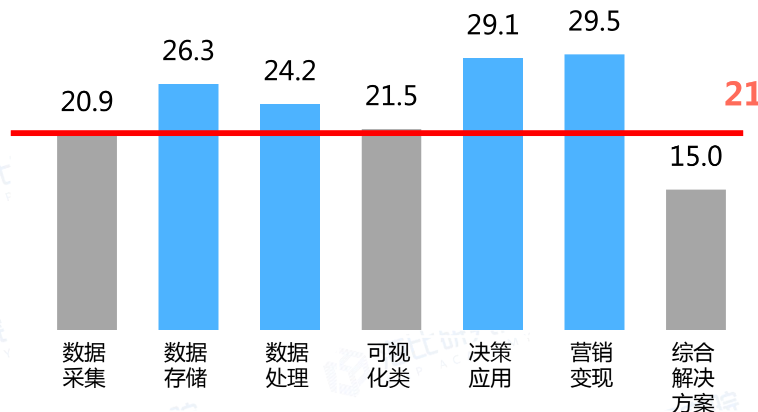


图2：各细分市场NPS值



数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

4.6 关键影响要素分析：
辅助决策和信创是满意度关键要素，服务水平和产品匹配是推荐意愿关键要素

满意度受忠诚度和推荐意愿影响较大

- 忠诚度与净推荐值间的影响程度要大于其对整体满意度的相关系数。
- 说明培养忠诚度高的用户对于口碑宣传至关重要。

辅助决策和信创因素对满意度影响最大

- 从满意度方面来看，数据资产化工具的辅助决策能力、信创水平、数据安全、价格和购买渠道是关键影响要素。
- 从对净推荐值的影响程度来看，则是服务水平、产品匹配度、营销变现和个性化需求满足方面是关键影响要素。

图1：各指标间的相互影响程度

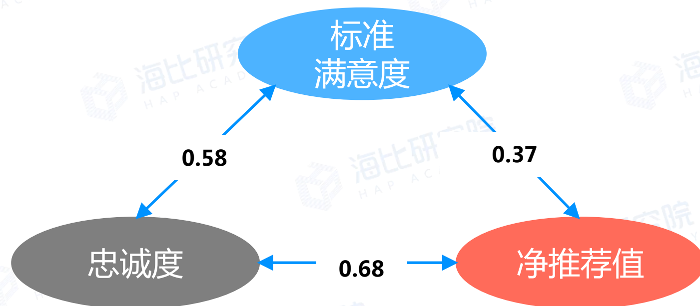
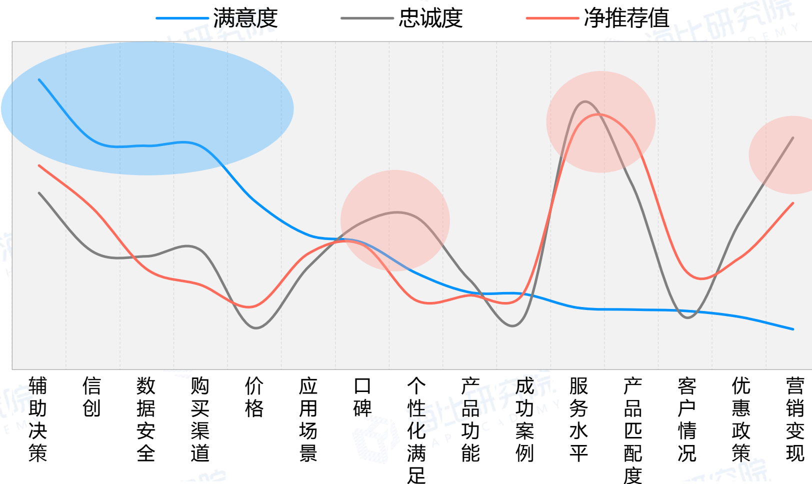


图2：各关键要素对满意度和忠诚度的影响程度



数据来源：海比研究院，2021年；相关系数表示两个关键要素的相关程度，系数值越大代表相关程度越大，即影响程度越大。

海比研究院 HAP ACADEMY

4.7 数据资产化工具细分领域企业图谱

源数据	数据采集	数据存储	数据处理
阿里云 Minto明途 腾讯云 百度智能云 中国移动 China Mobile HUAWEI 华为云 JUSFOUN 九次方大数据 天翼云 e Cloud 拓尔思 TRS 沃云 智慧足迹 SmartSteps 聚合数据 WPS	Neusoft东软 Minto明途 日志易 rizhiyi.com GrowingIO IBM 亿信华辰 ESENSOFT HUAWEI 华为云 Ultrapower 神州泰岳 睿至 RAYSDATA 諸葛 ZHUGEIO.COM Wiseweb 网智天元 SAP 数据堂 Datatang inspur 浪潮 八爪鱼 造数 iData 腾千里 TQL TECH 浩瀚深度 Analysys 易观数科 Linkflow 数立方科技 datacube technology 元灶科技	阿里云 腾讯云 IBM HUAWEI 华为云 KINGBASE ORACLE 甲骨文 Microsoft 达梦数据库 中国航天 神舟通用 GBASE 南大通用 inspur 浪潮 杉岩数据 SANDSTONE amethystum 紫晶存储 PingCAP 同有 TOYOU 云创大数据 www.cStor.cn TalkingData 乘法云 数道云 SHUDAOYUN 大道云行 TaoCloud 柏睿数据 BorayData 中经云 CEICLOUD	Percent百分点 Neusoft东软 GrowingIO 百度智能云 网易易数 inspur 浪潮 帆软 Microsoft 神策数据 SENSORS Data 明略科技 MININGLAMP Technology 亿信华辰 ESENSOFT IBM 一面数据 YonghongTech SMARTBI 思迈特软件 DHD 东华大数据 DH BIGDATA Co., Ltd. DATAOJO相数 数澜科技 DTWAVE.COM 观数台 聚龙云 Kyligence sadais 三点一四数据 热云数据 星圖數據

海比研究院 HAP ACADEMY

4.7 数据资产化工具细分领域企业图谱

可视化展示



决策应用



营销变现



海比研究院
HAP ACADEMY
创略科技

4.8 满意度水平较高的厂商



数据采集



Neusoft东软®



数据处理

Percent百分点

Neusoft东软®



可视化







决策应用







营销变现



BIZVANE
商帆

数据来源：海比研究院，2021年整理；

海比研究院 HAP ACADEMY

目录

CONTENTS

01 行业概况

02 技术水平

03 市场规模

04 竞争格局

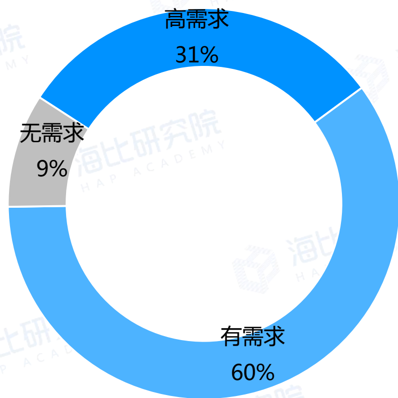
05 应用前景



5.1 需求分析：最终用户数据资产化工具需求较高，运营和IT部门需求多，处理和存储类为主

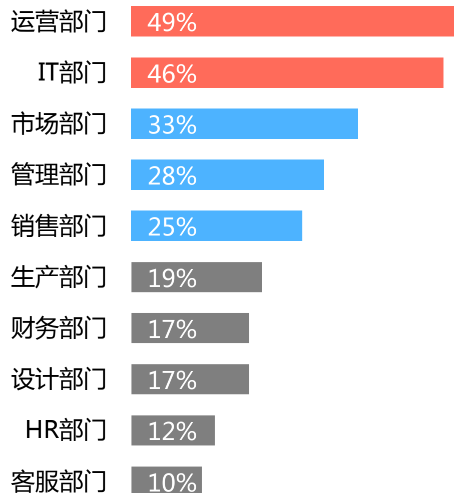
用户需求度较高

图1：有数据资产化需求的用户分布



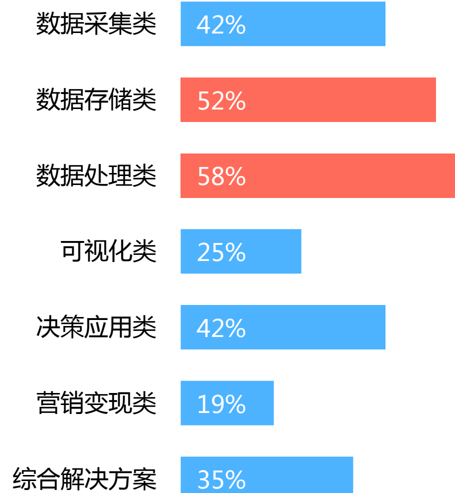
数据主要来自运营和IT部

图2：数据资源主要产生部门



数据处理和存储需求最高

图3：数据资产化工具需求偏好



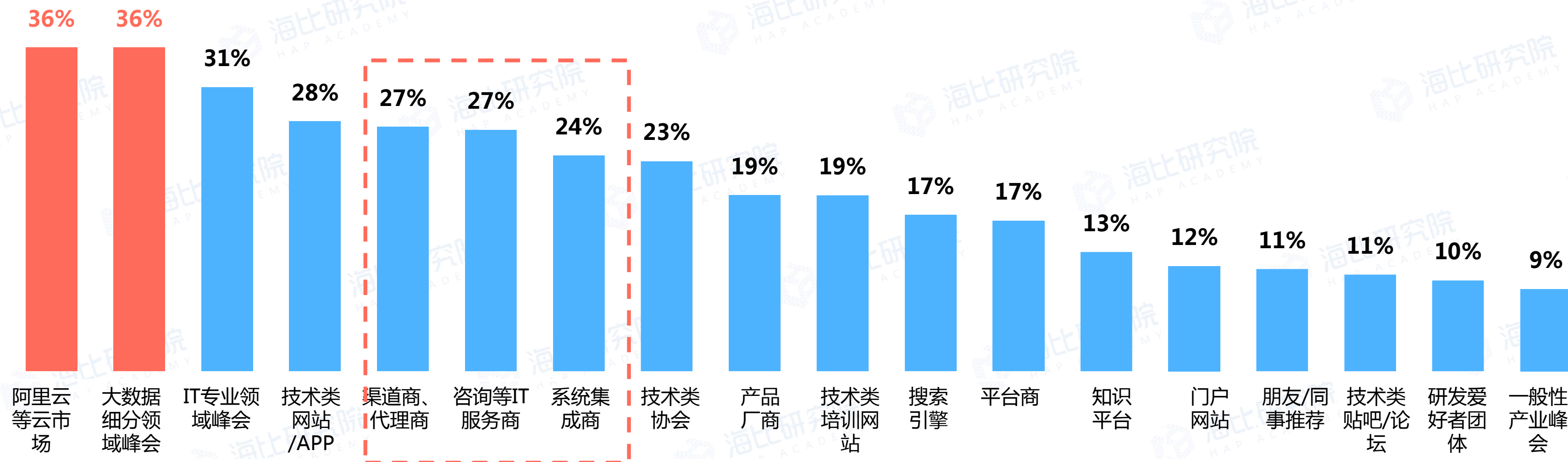
数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

5.2 最终用户触媒分析
云市场、大数据细分领域峰会成为最终用户首选了解渠道

- 从用户触媒渠道来看，阿里云等云市场及大数据细分领域峰会为最终用户了解数据资产化工具的首选渠道。其次，IT专业领域峰会、技术类网站、渠道商、代理商等也是最终用户了解的重要路径。

图：最终用户选择数据资产化工具时主要信息接收渠道



数据来源：海比研究院，2021年；

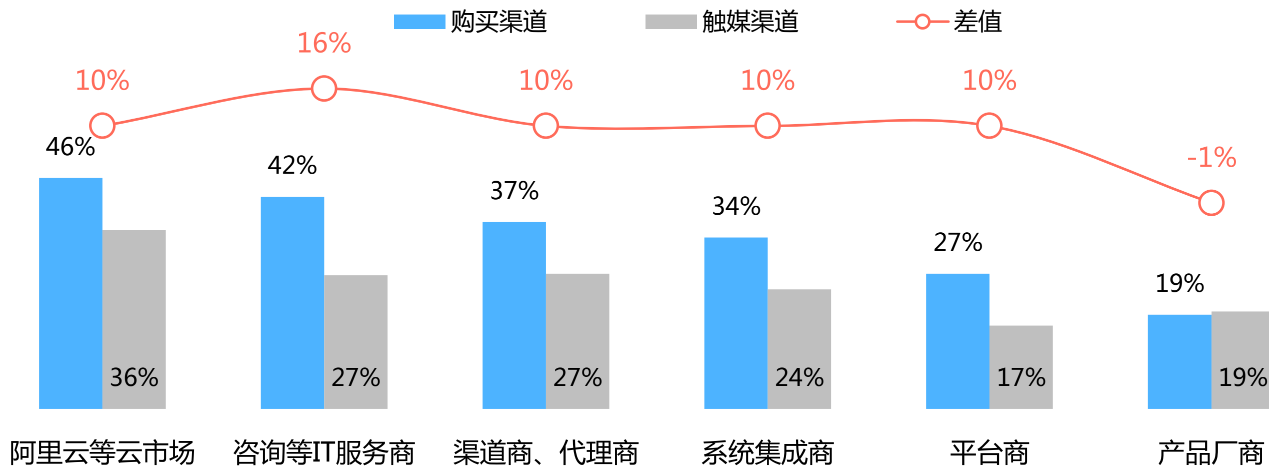
海比研究院 HAP ACADEMY

5.2 最终用户触媒分析：触媒渠道与购买渠道

最终用户通过常见购买渠道了解产品信息比例偏低，厂商应加大这些渠道宣传

- 从最终用户的购买渠道分布来看，最终用户主要通过云市场、咨询等IT服务商、渠道商/代理商、系统集成商来购买相关数据资产化产品。
- 比较购买渠道与触媒渠道的分布可以看出，厂商在常见购买渠道方面的宣传力度不足，远低于购买渠道偏好度，应加大这些渠道的宣传力度

图：最终用户购买渠道与触摸渠道的对比分析



数据来源：海比研究院，2021年，差值=购买渠道占比-触媒渠道占比，反应购买渠道与宣传力度的平衡关系水平；

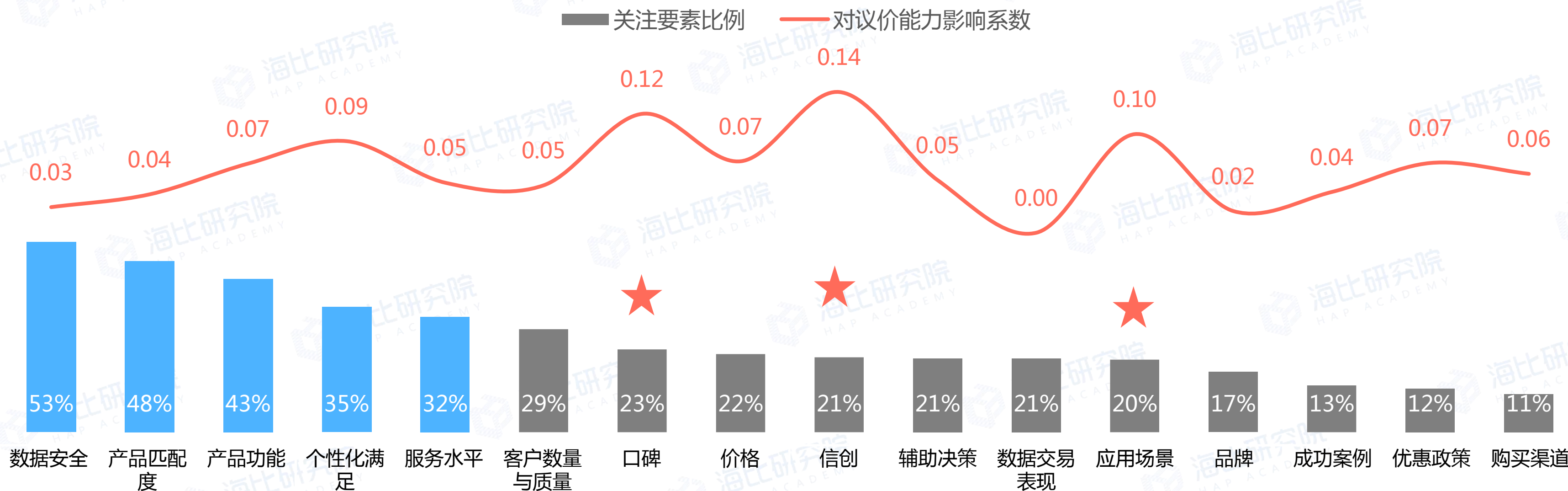
海比研究院 HAP ACADEMY

5.3 最终用户购买关注要素

关注要素与支出影响要素存在偏差，数据安全和产品适用性对购买决策影响大

- 从影响购买因素来看，数据安全、数据产品匹配度、产品功能、个性化需求满足和服务水平是关键要素，其次是客户数量与质量、口碑和价格。
- 从影响最终用户的支出水平来看，产品的国产化水平、口碑、应用场景丰富度与深度方面是核心关键影响要素，决定了最终用户在数据资产化工具方面的支出水平的高低，与购买影响要素存在显著区别。

图：最终用户购买数据资产化工具的重点关注要素



数据来源：海比研究院，2021年；影响系数表示两个关键要素的相关程度，系数值越大代表相关程度越大，即影响程度越大。

5.4 最终用户购买行为

四分之三最终用户在固定时段采购，3月和6月居多，年均采购数量4个

- 海比研究院调查数据显示，75%的最终用户在数据资产化工具采购方面会有固定时间段，一年之中最终有两个数据资产化工具的采购高峰期，分别是3月和6月；从最终用户的采购数量来看，平均每年采购数量达4个数据资产化工具，厂商在销售时若以打包销售方式会更容易利益最大化。

四分之三是固定时段采购	3月和6月是采购热季	最终用户采购3个工具的居多

图1：最终用户采购时段

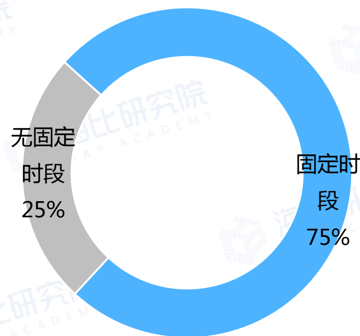


图2：最终用户采购时段热点月份分布

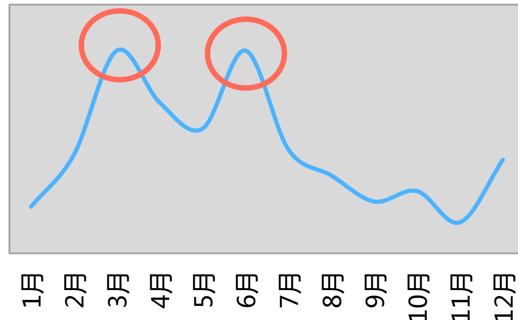
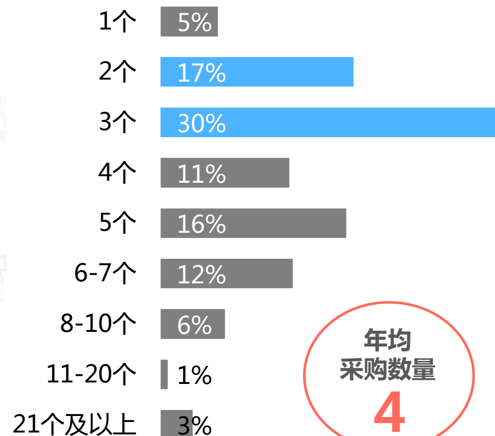


图3：数据资产化工具采购数量分布



数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

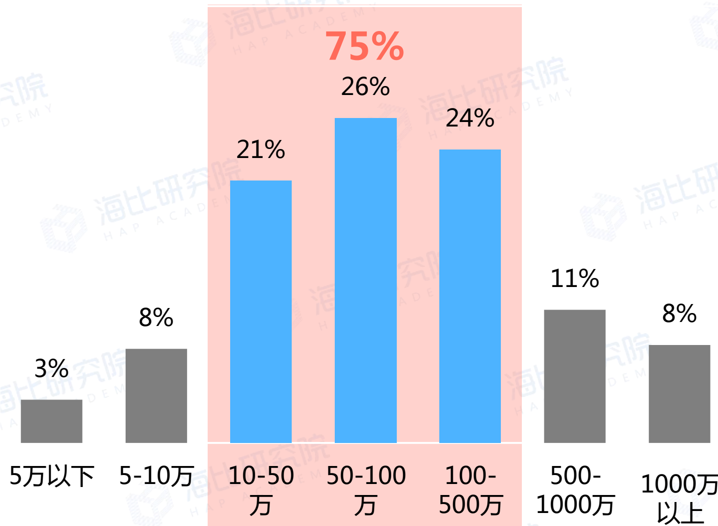
5.5 最终用户支出水平

最终用户数据资产化工具支出多在10-100万之间，采购单价则是5-30万居多

最终用户支出规模50-100万居多

- 有26%的最终用户在数据资产化工具支出规模方面集中在50-100万元，其次是支出规模在100-500万的用户占比由24%，另外还有21%的最终用户支出规模在10-50万。

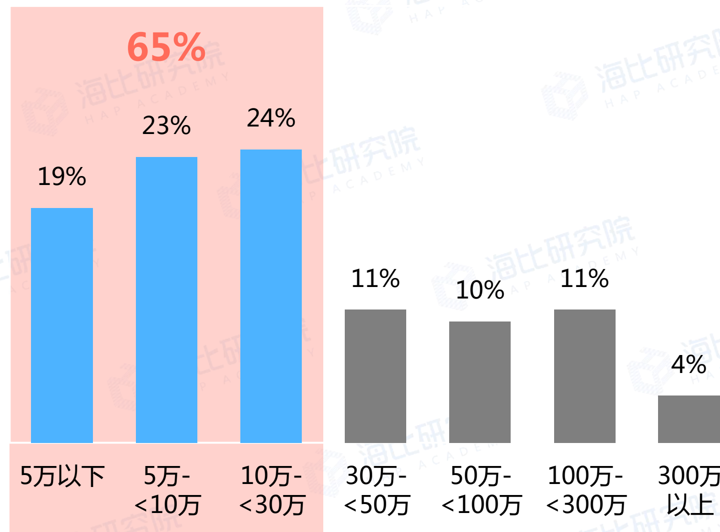
图1：数据资产化工具最终用户支出规模分布情况



采购单价多集中在5-30万之间

- 有65%的最终用户采购数据资产化工具的客单价低于30万，只有35%的最终用户客单价超过30万，说明整体客单价偏低，尚有较高上升空间。

图2：数据资产化工具最终用户采购客单价



数据来源：海比研究院，2021年；

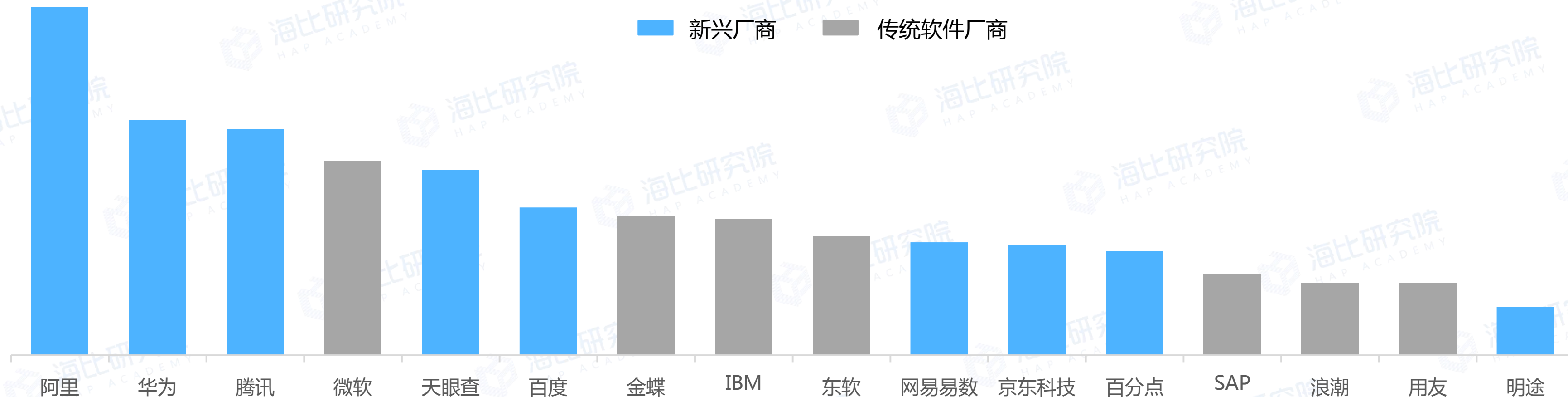
海比研究院 HAP ACADEMY

5.6 最终用户厂商偏好

最终用户选择数据资产化工具时优选阿里、华为、腾讯等平台型厂商

- 最终用户选择数据资产化工具时优选的厂商是以阿里、华为、腾讯等为主的新兴平台型厂商，而不是传统的软件厂商。这说明最终用户在选择数据资产化工具的时，传统软件厂商不再是第一选项，而是对新兴的平台型厂商、特色厂商的需求更高。

图：最终用户优选的数据资产化工具厂商前十六名



数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

5.6 最终用户厂商偏好：各细分领域的热点厂商

数据采集	数据存储	数据处理	可视化	决策应用	营销变现	综合解决方案
阿里	阿里	阿里	阿里	阿里	阿里	阿里
百度	华为	华为	华为	华为	华为	华为
华为	微软	腾讯	腾讯	腾讯	天眼查	微软
腾讯	腾讯	金蝶	京东科技	微软	腾讯	IBM
微软	百度	微软	东软	东软	微软	京东科技
金蝶	IBM	百度	明途科技	百分点	IBM	腾讯
日志易	天翼云	东软	观远数据	GrowingIO	GrowingIO	百度
明途科技	金蝶	百分点	微金时代	观远数据	天翼云	东软

数据来源：海比研究院，2021年；

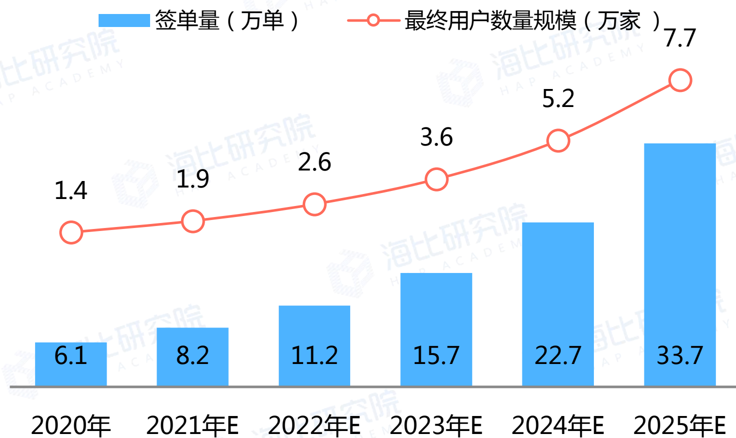
海比研究院 HAP ACADEMY

5.7 行业发展潜力分析
最终用户数量规模未来五年将可达7万家，市场规模则有5.5倍的增长

最终用户数量规模未来五年将突破7万家

- 2020年最终用户数量规模为1.4万家，签单量达到6.1万单，未来五年将有较高增长，预计2025年客户规模可达7.7万家，签单量达到33.7万单。

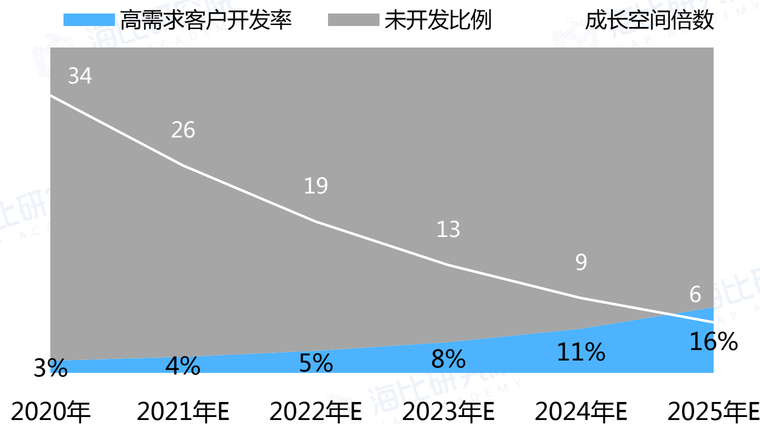
图1：数据资产化工具最终用户数量增长趋势与签单量



客户开发未来五年将有5.5倍增长空间

- 从数据资产化工具的客户开发率来看，2020年开发率仅为3%，未来五年客户开发率将有显著增长，预计2025年可达到16%，将有5.5倍增长。从市场空间来看，2020年市场将有34倍的市场空间，到2025年预计还能有6倍成长空间。

图2：数据资产化工具未来五年市场开发率与增长空间



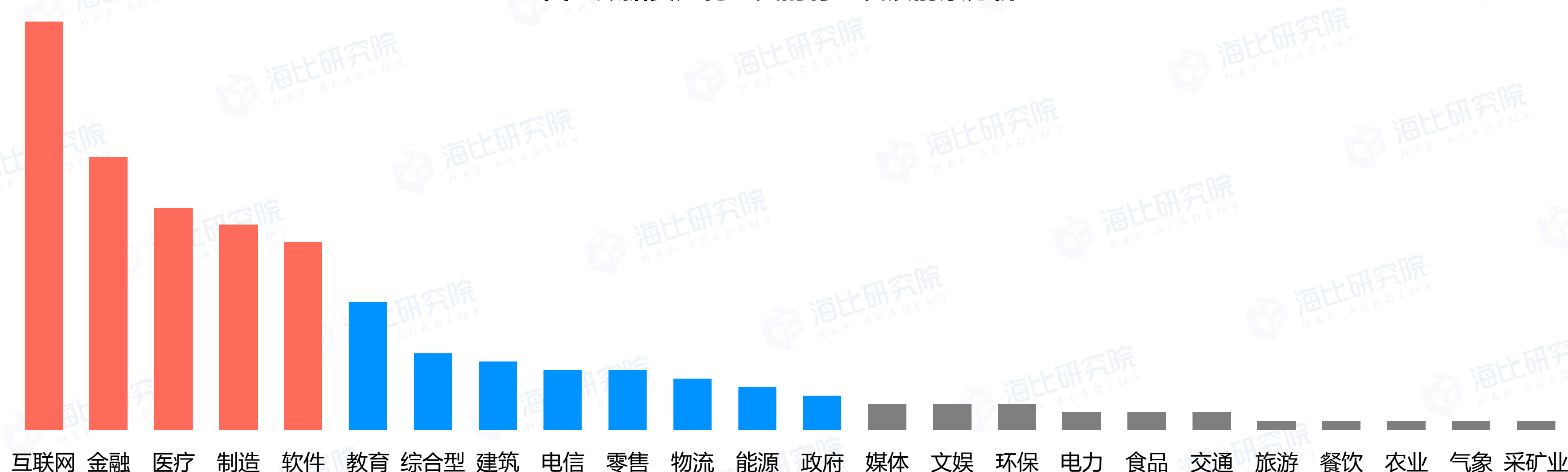
数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

5.8 重点行业发展前景：互联网、金融、软件、医疗和制造是数据资产化工具热点应用方向

- 从数据资产化工具在不同行业的应用情况来看，互联网、金融、医疗、制造、软件五个行业的是数据资产化工具应用前景最好的行业。
- 其次是交易、综合型、建筑、电信、零售、物流、能源和政府等行业的应用前景也较高。

图：数据资产化工具的行业发展前景分析



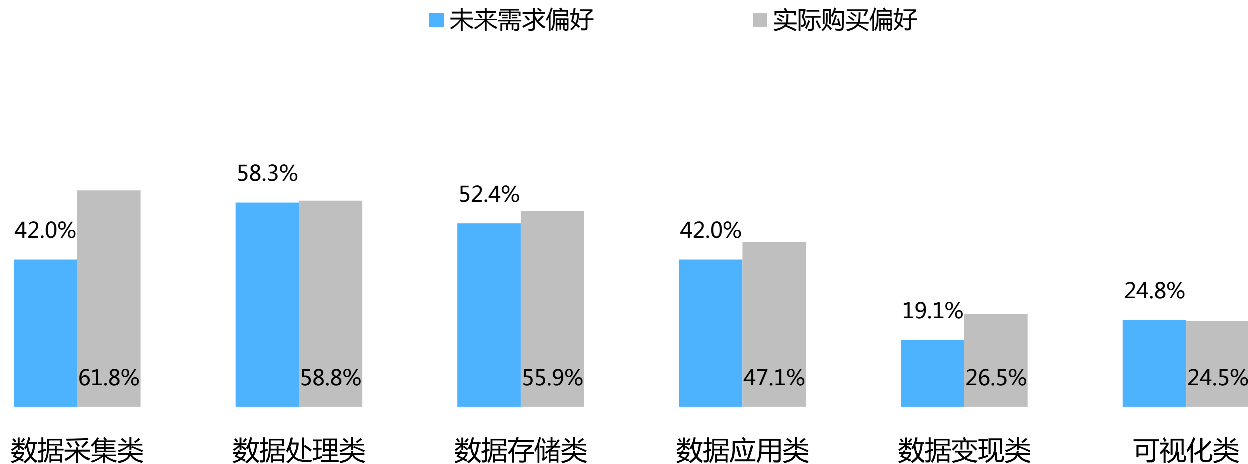
数据来源：海比研究院，2021年；

海比研究院 HAP ACADEMY

5.9 重点细分领域：数据处理和存储类工具未来发展前景较好，其次是数据应用类和采集类

- 现阶段最终用户对数据采集类、数据存储类、数据处理类的数据资产化工具需求和采购较高，但从未来发展趋势来看，三者采购需求会有所下降，尤其是数据采集类工具的需求下降水平显著。因此，未来需求的重点细分领域仍是数据处理类和数据存储类。
- 可视化类现阶段需求占比较低，但未来是唯一处于需求上升状态的细分领域，因此未来发展前景也较好。营销变现类需求则有所下降，会继续处于需求不足状态。数据应用类需求虽然也有所下降，但一直处于需求偏好的第二梯队。

图：最终用户购买偏好对比分析



数据来源：海比研究院，2021年，未来潜力值=未来需求偏好占比-实际购买偏好占比，反应细分领域的未来发展趋势；

5.10 未来热点厂商案例推荐目录：

推荐等级>	数据采集类	数据处理类	可视化类	决策应用类	营销变现类
重点推荐>		Neusoft东软®		Percent百分点	
推荐>				  	

数据来源：海比研究院，2021年；排名不分先后，仅列出部分企业；

数据资产化优秀厂商——东软集团

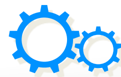
东软创立于1991年，是中国第一家上市的软件公司，致力于以软件的创新，赋能新生活，推动社会发展。东软以软件技术为核心，业务覆盖智慧城市、医疗健康、智能汽车互联以及软件产品与服务领域。东软纯国产化自研产品，一体化数据资产管理平台等产品都有较强优势。目前，东软在全球拥有近20000名员工，在中国建立了覆盖60多个城市的研发、销售及服务网络，在美国、日本、欧洲等地设有子公司。

产品展示



产品类型


数据采集


数据处理

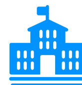

可视化


数据应用

核心优势

- 纯国产化自研产品；
- 一体化数据资产管理平台；
- 丰富是采集方式，包括多协议、多类型、多格式数据；
- 闭环数据治理平台；
- 高效的处理效率；
- 多类型数据资产管理能力；
- 自助化的数据协调共享平台；
- 自助化的数据服务分析。

主要应用领域


政务


医疗健康


制造业


智慧城市


智慧汽车


软件

海比研究院 HAP ACADEMY

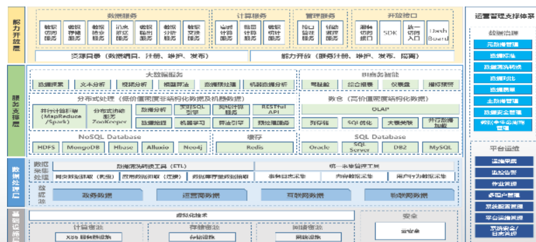
数据资产化工具数据处理类优秀案例
东软集团•北京市东城区政务大数据

- **东软集团**：创立于1991年，是中国第一家上市的软件公司，致力于以软件的创新，赋能新生活，推动社会发展。东软以软件技术为核心，业务覆盖智慧城市、医疗健康、智能汽车互联以及软件产品与服务领域。目前，东软在全球拥有近20000名员工，并在全球范围内开展了多项业务。
- **案例客户背景**：北京市东城区科学技术和信息化局负责统筹推进本区大数据工作，拟订大数据发展战略、规划、政策措施和相关标准规范体系；负责政务数据和相关社会数据的整合、管理、应用和服务体系建设工作，推进大数据与经济社会发展深度融合。

案例背景

《北京市东城区"十三五"时期信息化发展规划》中提出：在信息基础设施建设上，要"依托现有政务信息资源共享交换平台，构建统一的东城区政务大数据中心，实现市区两级数据中心的互通共享。"将政务大数据中心的建设列入主要任务中，到2020年，信息化成为驱动智慧东城建设的先导力量，东城区成为全国领先的智慧化城区。

技术架构图



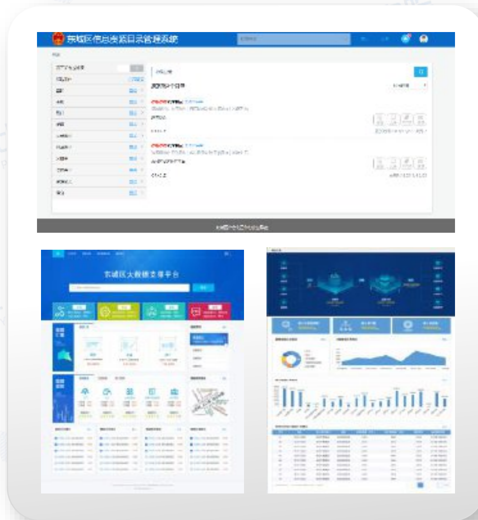
项目亮点

助推营商环境建设
政务数据开放共享，并进行有效监管，使营商环境有了较大改善。

全域借力信息共享，强化服务监管效能
政务监管数据能够及时上报、回收，进行数据质量分析，能够尽快采取行动措施。

优化公共服务
政务大数据中心建设，让各项基础设施数据汇聚，使民众能更便捷的查询信息，方便百姓办事出门。

应用效果

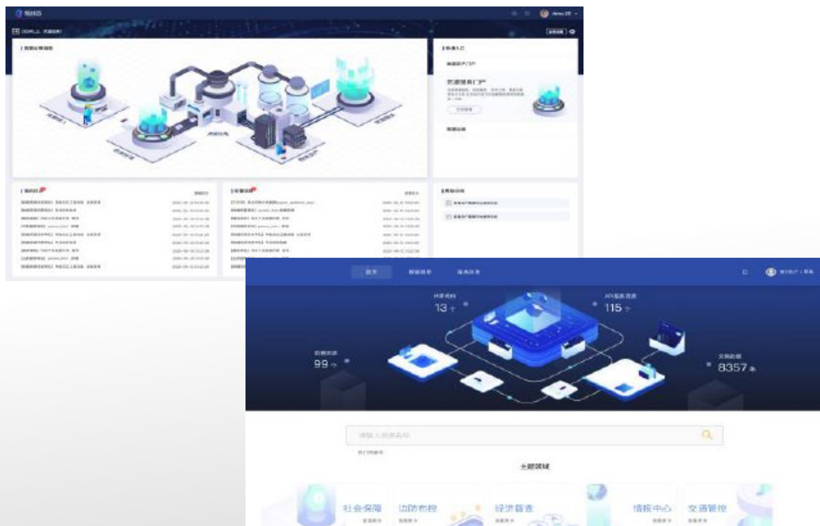


海比研究院 HAP ACADEMY

数据资产化优秀厂商——百分点科技

百分点科技是中国领先的数据智能技术企业，员工人数超800人，拥有完整的大数据和认知智能产品线，基于行业知识及数据中台建设经验，创建了丰富的政府和企业数字化转型解决方案。以“用数据智能推动社会进步”为使命，构建政府级、企业级和SaaS服务三大业务体系，涉及数字城市、应急管理、公共安全、生态环境、媒体出版、零售快消、制造和房地产等多个领域。

产品展示



产品类型


大数据操作系统


标签管理系统


资源服务平台

核心优势

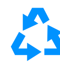
- 多源异构数据集成
- 一体化数据治理
- 一站式标签体系构建
- 多实体源指标库管理
- 一站式数据全生命周期管理
- 一体化数据资产运营
- 数据加密高安全、高易用
- 轻量化部署

主要应用领域


数字城市


应急管理


公共安全


生态环境


媒体出版


零售快消


制造业


房地产

海比研究院 HAP ACADEMY

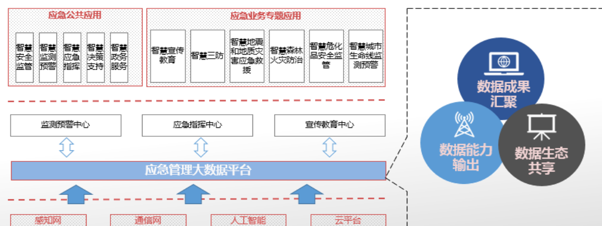
数据资产化工具数据治理类优秀案例
百分点科技•深圳市应急管理局

- **百分点科技**：是中国领先的数据智能技术企业，员工人数超800人，拥有完整的大数据和认知智能产品线，基于行业知识及数据中台建设经验，创建了丰富的政府和企业数字化转型解决方案。
- **案例客户背景**：深圳市应急管理局于2019年1月正式挂牌，负责全市应急管理工作。围绕2025年建成现代化国际化创新型城市目标，城市工业化、城镇化进展加快，使该市公共安全面临的风险和挑战日益严峻复杂，传统安全和非传统安全风险高度聚集、相互交织，该市应急管理工作面临巨大挑战。

案例背景

为响应应急管理部、深圳市政务服务数据管理局的信息化建设要求，深圳市应急管理局开展了应急管理大数据库建设,现已逐步建成数据标准、数据治理、四大库等信息化体系，为推动城市精细化智慧化治理工作提供了强有力的数据支撑。

技术架构图



项目亮点

推动应急信息资源开放共享
通过应急数据资源池的建立，实现应急数据标准化和体系化管理。

构建全域实时风险地图
通过风险态势、监测监控、综合预警一张图实现了城市安全监管全覆盖。

提升应急管理决策水平
通过数据分析和算法模型，将数据资源转换为应急决策依据。

驱动应急业务应用创新
通过数据挖掘分析、可视化、数据建模等智能化服务，支撑全市及各区智慧应急应用体系建设，将被动的应急管理变成主动的应急“智”理。

应用效果



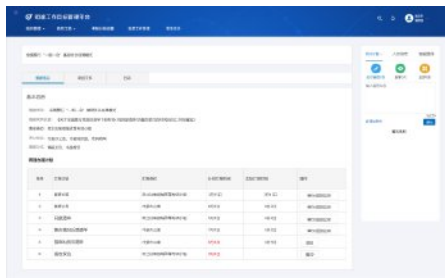
海比研究院 HAP ACADEMY

数据资产化工具优秀厂商——明途科技

成都明途科技有限公司（Minto）成立于2014年，一直以云计算、互联网、移动互联和大数据技术为支撑，融合智慧管理发展趋势，致力于打造新一代社会化混合云工作平台和类脑工作技术平台。基于混合云技术，秉承“以人为本、目标导向、沉淀数据资产、创新智慧工作工具”的产品理念，助力政企客户实现数字化转型，在电子政务建设、企业经营目标管理、行业领域创新等方面日益彰显出巨大价值。

产品展示

- 工作目标管理平台
- 督查督办管理系统
- 目标绩效管理系统
- 重点项目管理系统
- 可视化工作平台
- 企业政务服务平台
- 前途数据服务平台
- 网络监测平台
- 政策通

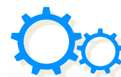




产品类型



数据采集



数据处理



可视化



决策应用

核心优势

- 聚焦目标管理应用
- 采取混合云经营模式
- 基于AI的多模态识别技术
- 基于岗位的智能推荐技术
- 基于NLP自动文件处理技术
- 创新矩阵数据采集技术
- “以人为本、以目标为导向、沉淀工作数据、打造智能化工作工具”的创新产品理念

主要应用领域



目标绩效



督查督办



挂图作战



专报批示



网络监测



项目管理

数据资产化工具采集类优秀案例
明途科技•广西机场管理集团有限责任公司

- **成都明途科技有限公司（Minto）**：成立于2014年，一直以云计算、互联网、移动互联和大数据技术为支撑，融合智慧管理发展趋势，致力于打造新一代社会化混合云工作平台和类脑工作技术平台。
- **案例客户背景**：广西机场管理集团注册资本为10 亿元人民币，是广西壮族自治区人民政府直属的国有大型企业，前身为中国民用航空广西壮族自治区管理局，2003年12月26日整体划归广西壮族自治区人民政府，并成立了集团公司，现由广西壮族自治区人民政府国有资产监督管理委员会直接监管。

案例背景

广西机场管理集团原有的OA协同办公室系统，存在无法有效监测管理督办事项、无法确保目标的完成时效等问题，故需建立一套完善的目标督查督办管理系统，运用信息化手段促进决策部署的贯彻落实。凭借在目标管理领域的专业深耕，明途科技接受委托，成功为客户建设完成集团公司目标督查督办管理系统。

技术架构图



项目亮点

与OA系统集成整合
将OA事项转出到督办系统中进行督办管理。

任务全生命周期智能化管控
实现任务转办、交办、办理等全过程、全生命周期的动态化、智能化管控。

集团督办过程精细化管理
督办人员可针对每项督办进行提醒、督办、领导关注等管理和功能设置，可直接进行状态修改、执行进度处理等操作。

多维检索与自动预警能力
支持多种分类筛选和不同维度的查询，以及自动预警、自动消息提醒。

应用效果





数据资产化工具营销变现类优秀案例
GrowingIO•某垂直品牌

- **GrowingIO（北京易数科技有限公司）**：是国内领先的一站式数据增长引擎整体方案服务商。GrowingIO 以数据智能分析为核心，通过构建客户数据平台，打造增长营销闭环，帮助企业提升数据驱动能力，赋能商业决策、实现业务增长。公司业务专注于零售、电商、保险、酒旅航司、教育、内容社区等行业。
- **案例客户背景**：某垂直品牌 TOP1 微信生态用户现已达到百万级别，目前根据企业目前发展需要，为了在电商活动中能够获得更大利润，希望能收集到足够详细的用户数据，并通过数据获得经验和洞察，使企业能更好的针对用户进行决策。

案例背景

为了能让企业决策更有针对性的投放到目标用户群体，针对微信生态，制定高效的运营策略，同时在微信中满足大促的各种需求，需要整套完整运营方案支持，助力其在微信生态持续和快速增长。

技术架构图



项目亮点

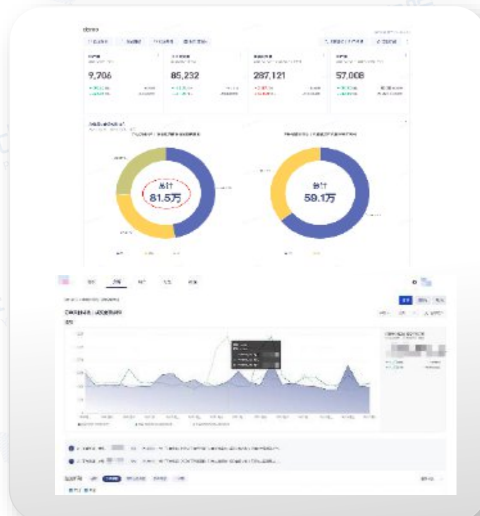
"建站-运营-分析-复盘"全景解决方案
在微信程序的基础上，设置更有针对性的企业活动，提高企业效益。

活动数据实时监控，及时调整运营策略
设置实时监控体系，帮助其实时掌握活动进程，能更有针对性的进行活动推广

沉淀渠道价值数据，积累投放经验
通过活动看板，可以在微信生态下经验活动与渠道的积累

细颗粒度分析，落地微信生态消费者洞察
积累收集各项活动数据，通过数据分析，最终形成企业常态化的产品能力

应用效果



海比研究院 HAP ACADEMY

数据资产化工具优秀厂商——日志易

日志易是专注于机器大数据平台、服务和解决方案的开发商，致力于帮助企业满足一站式解决机器数据采集、清洗、存储、搜索、分析、可视化等需求，实现查询统计、业务关联分析、监控告警、安全信息与事件管理（SIEM）、用户行为分析（UBA）、智能运维等应用场景，持续挖掘和利用机器数据价值，提升数字化运营能力，轻松应对IT及业务挑战，已服务数百家大型企业客户。

产品展示

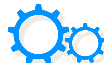
- 日志易平台
- 数据工厂
- 大屏展示
- 智能运维AIOps
- 安全事件分析平台



产品类型


数据采集


数据存储


数据处理

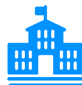

可视化


决策应用

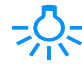
核心优势

- 统一日志管理
- 日志多维度监控分析、智能告警
- 业务全链路追踪、分析、可视化
- 安全威胁事件检测、分析与响应
- 分析业务问题、获取用户画像
- 自主研发，安全可控的搜索引擎
- 预置大量日志分析模型
- 支持用户在搜索框中编写脚本
- 提供数十种机器学习算法

主要应用领域


政务


金融


电力


能源


运营商


航空

海比研究院 HAP ACADEMY

数据资产化工具采集类优秀案例
日志易•广发证券

- **北京优特捷信息技术有限公司（简称日志易）**：成立于2014 年，日志易专注于机器大数据平台、服务和解决方案的开发商，致力于一站解决机器数据采集、清洗、存储、搜索、分析、可视化等需求，已服务数百家大型企业客户。
- **案例客户背景**：广发证券成立于1991年，是国内首批综合类证券公司。公司始终把“金融科技”作为其发展的五大重要战略之一，拥有行业领先创新能力的资本市场综合服务商，IT设施完备，运维团队业务水平较高。为更好支撑业务发展并保障优质的客户体验，广发证券联合日志易打造了智能日志中心平台。

案例背景

金融科技大背景下，各机构正在经历由手动、自动化及半自动化的传统运维到智能化运维模式（AIOps）的转变。券商迭代发展迅速，敏态业务对交付效率的要求日益增高，广发证券依托日志易打造了智能日志中心平台，实现日志集中管理、安全审计、业务实时监控、故障快速定位与预警等，从而做到弹性应对行情变化，充分利用日志大数据的价值。

技术架构图



项目亮点

日志集中管理，SPL搜索降本增效
日志数据集中采集、存储、管理，有效避免数据丢失。运用日志易特有的SPL语言，轻松搜索、查询、分析日志，降本增效。

业务实时监控，预判异常一键通知
实现对业务、系统的实时监控，提高业务监控度，制定紧急预案，设置系统自动摸查，降低用户投诉概率。

快速故障排查与溯源，监控预警智能化
自主进行快速故障排查和溯源，并二次覆盖，从而实现监控预警。针对各指标实时数据变化，产生异常点告警并自动发送，提高人机协同工作效率。

数百个仪表盘定制展示，数据智能可视化
关键指标全部可视化，提高跨部门沟通效率，为自身业务发展提供了有效数据支撑。

应用效果





数据资产化优秀厂商——微金时代

北京微金时代科技有限公司于2006年开始从事金融软件信息化建设服务，是一家拥有多项资质的高新技术企业。自成立初时便以技术创新为驱动、以客户需求为向导、以客户服务为宗旨为金融（类金融）行业提供一站式综合解决方案，从而帮助企业打造IT框架、快速实现信息化建设，从而实现商业价值、加速数智化转型，为软件公司技术平台赋能。

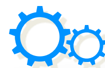
产品展示

- RDP报表开发平台：为使用者提供数据分析和结果展现作为经营和决策工具。为使用者提供数据支撑和数据管理能力，提供高数据价值。并能够具备良好的可维护和可扩展性，具备灵活便捷的可视化配置报表工具，以满足使用者的所有的报表需求。



产品类型


数据采集


数据处理


可视化


决策应用

核心优势

- 类Excel设计器可视化配置，所见即所得
- 多种设计器满足企业需求
- 支持多种数据来源
- 支持扩展第三方插件
- 云平台模式支持
- 大数据技术处理数据性能优越
- 支持大屏端手势操作，展示灵活
- 数据实时更新

主要应用领域


反洗钱管理


客户管理


贷款管理


资产监控


欺诈交易


存货比

海比研究院 HAP ACADEMY

数据资产化工具可视化类优秀案例
微金时代•顺丰金融

- **北京微金时代科技有限公司：**于2006年开始从事金融软件信息化建设服务，是一家拥有多项资质的高新技术企业。自成立初时便以技术创新为驱动、以客户需求为向导、以客户服务为宗旨为金融（类金融）行业提供一站式综合解决方案。
- **案例客户背景：**顺丰金融（SF FINANCIAL）是顺丰旗下金融服务平台。通过自身所积累的大数据资源，致力于打造专业化的风控体系，同时构筑开放共享的金融生态，提供安全、便捷、可靠的综合金融服务以及产业链金融服务。顺丰金融主营业务以信贷产品、支付产品和解决方案为主。

案例背景

为了提升业务效率和洞察力，更好的感知当前全辖全业务的运营状况，以及处理国对私客户行为数据和全辖机构客户各指标的庞大数据量，需要借助具有大数据处理能力的数据可视化工具做支撑。

技术架构图



项目亮点

更好的进行业务监管
构建新型的数据可视化平台，供决策者和业务部门洞察全辖运营状况。

及时更新报表信息
报表响应速度大幅提升。

提升数据分析效率
业务人员可自服务分析，提高研发人员的工作效率

系统使用简单，易上手
没有技术背景的业务人员和运营人员独立自主地完成操作，快速反馈业务决策。

应用效果



海比研究院 HAP ACADEMY

数据资产化工具商业智能类优秀案例
观远数据•维他奶

- **观远数据**：致力于为泛零售、消费、互联网以及通用领域客户提供一站式智能数据分析与决策（AI+BI）解决方案，并提出一整套从敏捷分析（BI）到智能决策（AI）的完整“5A”落地路径方法论，为企业构建智能决策大脑，满足企业客户差异化诉求 ，大力推进从传统BI到智能决策的成功转型。
- **案例客户背景**：维他奶成立于1940年，经过多年发展， 已从传统零售消费模式逐步迭代成为以数据和洞察为核心驱动力的数字化全球消费品牌。但是维他奶在渠道管理中仍然存在了管控难、层级密、数量多等问题，大大影响了维他奶渠道效能。

案例背景

为了使维他奶能进一步实现经销体系与品牌总部的数字化互融连通，现已通过“AI+BI”的数字化策略，打造了全链路数字化价值体系， 使游离在外的经销体系纳入到品牌数字化管理中，提升维他奶渠道效能。

技术架构图



项目亮点

提升管理层决策效率
通过经销体系与品牌总部的数字化集合，帮助企业管理层进行决策。

构建完整的品牌数字化体系
将进销存三位一体整合到系统中，完善经销商的数据链。

多场景数据分析类别
通过数据支持，完善用户画像，追踪各项生意指标。

整合数据为企业未来发展提供帮助
根据企业各项数据指标，有针对性的进行预测，洞察新的生意机会。

应用效果



海比研究院 HAP ACADEMY

数据资产化工具商业智能类优秀案例
思迈特•南京银行

- **广州思迈特软件有限公司（简称思迈特软件）**：成立于2011 年，是国家认定的“高新技术企业” ，专注于商业智能(BI)与大数据分析软件产品与服务。满足了数据挖掘，数据分析和可视化的各种需求，为数据分析的各种参与者提供友好易用的服务，帮助企业实现“数尽其用、人尽其才”的运营目标。
- **案例客户背景**：南京银行成立于1996年2月8日，是一家具有由国有股份、中资法人股份、外资股份及众多个人股份共同组成独立法人资格的股份制商业银行。南京银行以建设“中国中小银行中一流综合金融服务商”为战略愿景，基础管理持续深化，对于业务数字化的需求越来越高。

案例背景

为贴合银行实际业务需求，打造了一个具备设计先进、功能全面、性能优异、开放融合、安全集成等特点的大数据门户平台。在全行范围内提升行内数据资产价值，促进业务发展、风险控制和内部管理，进而推动全行数字化转型。

技术架构图



项目亮点

方便进行数据浏览
项目以门户首页作为全行数据相关应用的流量入口，日均在线使用人数600左右。

业务看板辅助决策
管理层可以实时查看业务指标等数据，为银行经营决策分析提供辅助支撑。

自助分析提高工作效率
业务人员能够进行自主数据分析，减轻科技部门业务压力。

数据助力银行数字化转型
实现了全行范围内数字化分析、数字化营销和数字化风险控制，提升了行内数据资产价值，促进业务发展、风险控制和内部管理，有效推动全行数字化转型。

应用效果





海比研究院 HAP ACADEMY

数据资产化工具决策应用类优秀案例
智领云·衣邦人

- **武汉智领云科技有限公司：**成立于2016年8月，专注于大数据、云计算领域的核心技术研发，为企业级客户提供云原生大数据/数据中台开发运营工具及解决方案，快速实现数据价值，助力企业数字化转型，降本增效，在激烈的市场中获得竞争优势。
- **案例客户背景：**互联网+服装定制平台“衣邦人”成立于2014年12月，首创将“互联网+上门量体+工业4.0”的C2M商业模式引入行业，迅速撬动服装定制的蓝海市场，作为知名互联网上门服装定制平台，专注于打造服装定制供应链与服务链，通过不同的渠道增加广告曝光率、点击量等，以增加预约量体与订单。

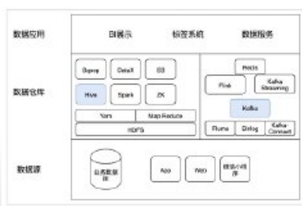
案例背景

客户希望建立数据运营平台，以便及时了解广告投放效果，以及避免黑盒产品引发的不可知信息等问题，从而实现以客户体验为中心，以数据驱动为引擎，最大程度的提升零售运转效率。

技术架构图



云原生架构



实时流数据分析架构图

项目亮点

完善核心业务数据链
提高数据收集及轻度汇总能力，结合不同业务部门需求，进行数据处理。

渠道数据标准化
对广告数据进行采集及处理分析，形成用户渠道分析看板，便于企业运营。

提高系统数据处理能力
完善用户画像，通过用户画像进行针对性的广告投放

提升业务数据整合能力
将渠道数据和业务数据进行关联，减少时间成本，提升业务效率

应用效果

截止到 2019 年，衣邦人已拥有 48+ 直营网点；服务范围辐射全国 140+ 城市；累计预约客户突破 110 万；已茁壮成长为服装定制行业领先的标杆企业。



实时流数据分析大屏

海比研究院 HAP ACADEMY